



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

생활과학석사 학위논문

블랙패션마니아의 추구이미지

2018년 8월

서울대학교 대학원

의류학과

이정화


블랙패션마니아의 추구이미지


지도교수 하 지 수


이 논문을 생활과학석사 학위논문으로 제출함
2018년 5월

서울대학교 대학원
의류학과
이 정 화

이정화의 석사 학위논문을 인준함
2018년 6월

위 원 장 이 유 리 (인) 

부위원장 전 재 훈 (인) 

위 원 하 지 수 (인) 

국문초록

본 연구는 블랙의 중요성이 점차 커지고 있으며, 소비자와 패션이미지 중심으로 패션시장이 변해가는 현 시점에서 블랙을 중심으로 자신의 이미지를 표현하는 소비자 집단인 블랙패션마니아에 대한 심층적인 이해를 도모하고자 하였다. 블랙은 패션에서 가장 중요한 색 중 하나로 여겨 블랙패션에 대한 연구는 의류학에서 꾸준히 진행되어왔다. 블랙과 관련한 선행연구는 블랙의 이미지와 색채 선호도와 관련한 양적 연구, 서유럽과 미국을 중심으로 블랙패션에 대해 살핀 문헌연구를 중심으로 수행되어왔다. 하지만 국내에서 블랙패션 소비자 집단에 대한 질적인 연구는 부족하다.

따라서 본 연구는 블랙패션마니아의 추구이미지를 유형화하고 각 유형별로 블랙패션을 착용하게 된 동기와 블랙패션의 표현방식에 대해 살펴봄으로써 각 유형별 특성을 도출하는 것을 연구목표로 하였다. 이러한 연구목표를 달성하기 위한 연구문제는 다음과 같이 설정하였다. 첫째, 블랙패션마니아의 추구이미지를 범주화한다. 둘째, 블랙패션마니아의 추구이미지에 따른 블랙패션 착용동기 유형을 분류한다. 셋째, 블랙패션마니아의 추구이미지에 따른 블랙패션 표현방식의 유형을 분류한다.

연구문제를 해결하기 위하여 본 연구에서는 문헌연구와 면접법을 병행하였다. 문헌연구를 실시하여 블랙과 관련한 선행연구, 블랙관련 색채학, 미술사, 인터넷 자료로 블랙과 블랙패션에 대하여 살펴보았다. 그 결과 블랙의 이미지는 블랙의 물리적 특성을 바탕으로 형성되었다는 것을 알 수 있었으며 이러한 블랙의 이미지는 블랙패션 이미지에도 영향을 준다는 것을 확인하였다.

면접법은 일상복으로 블랙패션을 주로 착용하며 자신을 블랙패션마니아라고 여기고 블랙패션을 통하여 자신의 이미지를 표현하는 20대와 30대 대한민국의 남녀 각 15명 총 30명을 대상으로 실시하였다. 참여자의 동의를 얻어 녹음을 하였고 녹음자료를 바탕으로 Giorgi의 현상학적 연구 방법에 입각한 분석과정을 거쳐 결론을 도출하였다.

그 결과 블랙패션마니아의 추구이미지는 보호를 위한 강인한 이미지, 카리스마 있는 전문적 이미지, 모던한 세련된 이미지, 바디컨셔스(Body Conscious) 섹시한 이미지, 탈규범적 아방가르드 이미지, 차별화되는 개성 있는 이미지로 도출하였다. 각 추구이미지 유형 별 특성을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 보호를 위한 강인한 이미지를 추구하는 유형은 타인의 무시로부터 자신을 보호하기 위해 블랙패션을 착용한다. 이들은 블랙이 가지고 있는 무겁고 센 색채이미지를 통하여 강렬한 이미지를 표현하는 유형이다.

둘째, 카리스마 있는 전문적 이미지는 자신이 능력 있고 사람으로 보이고자 블랙패션을 활용하는 유형으로 이들은 일상복으로 수트를 착용한다는 특징이 있었다.

셋째, 모던한 세련된 이미지는 꾸민 듯 안 꾸민 듯한 깔끔한 이미지를 추구하는 유형으로, SPA브랜드에서 나오는 베이직한 아이템과 과도한 장식에 대한 거부감을 보인다. 몸에 여윌롭게 잘 맞는 핏을 선호하며 소재 믹스앤매치, 절개선, 트임, 선장식 등을 디테일에 신경을 쓰는 특징을 보인다.

넷째, 바디컨셔스 섹시한 이미지는 섹시하고 관능적인 이미지를 표출하기 위해 블랙패션을 활용하는 유형이다. 여성과 남성 모두에게서 나타나는 특성을 보이며 이는 20대와 30대에게 섹시한 이미지는 긍정적으로 인

식되고 있는 이미지라는 것을 알 수 있었다.

다섯째, 탈규범적 아방가르드한 이미지는 기존의 복식규범에서 탈피하고자 하는 코드브레이커(code breaker)의 모습을 보이는 유형이다. 이는 성이분법적인 복식관념에서 탈피, 착장방법의 변형, TPO 무시 등 기존의 복식규범을 따르지 않는 모습으로 나타난다.

여섯째, 차별화된 개성 있는 이미지는 특정 블랙패션 이미지를 추구한 다기 보다는 자신의 독특한 개성을 표출하기 위해 블랙패션을 수단으로 사용하는 유형이다. 이들의 차별성은 기존의 블랙패션이미지에서 나타나지 않았던 새로운 스타일로 등장하게하며 이렇게 나타난 스타일은 블랙패션이미지를 확장하는 역할을 한다.

블랙패션마니아들이 블랙패션을 추구하는 이유는 좀 더 ‘멋있어 보이기 위해서’였다. 이들은 패션관여도가 높은 집단이므로 자기 스타일에 대한 확고함을 바탕으로 차별성을 추구하였다. 하지만 이러한 차별성은 투머치한 스타일링이 보다는 꾸민 듯 안 꾸민 듯한 세련된 스타일링을 중심으로 나타난다. 따라서 블랙패션마니아를 대상으로 상품기획을 한다면 디테일이나 소재에 차별화를 둔 패션디자인을 전개할 필요가 있다.

본 연구는 블랙패션마니아라는 집단에 대한 이해를 도모함과 동시에 블랙패션을 추구하는 이유에 대한 이해를 필요로 하는 블랙패션 상품기획 및 디자인 방향설정에 활용될 수 있는 소비자 정보를 제공할 수 있다는 점에서 의미 있는 연구라고 사료된다.

하지만 연구자의 판단을 완전히 배제하지 못했음과 연구결과를 일반화하는데 어려움이 있다는 점은 연구의 한계로 보인다.

주요어 : 블랙패션마니아, 블랙패션, 추구이미지, 패션이미지, 착용동기, 표현방식

학 번 : 2016-29139

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 배경 및 목적	1
제 2 절 연구의 방법 및 범위	8
제 3 절 용어정의	15
제 2 장 이론적 배경	17
제 1 절 블랙의 이미지	17
1. 블랙의 어원 및 물리적 성질	17
2. 블랙의 의미와 이미지	20
제 2 절 블랙패션의 이미지	26
1. 국외에서의 블랙패션이미지의 사적변화	27
2. 국내에서의 블랙패션이미지의 사적변화	36
제 3 절 추구이미지	49
1. 색채이미지	49
2. 추구이미지	52
제 3 장 블랙패션마니아의 추구이미지와 표현특성	55
제 1 절 블랙패션마니아의 추구이미지 유형	56
1. 보호를 위한 강인한 이미지	56
2. 카리스마 있는 전문적 이미지	58
3. 모던한 세련된 이미지	60
4. 바디컨셔스 섹시한 이미지	63
5. 탈규범적 아방가르드 이미지	66

6. 차별화되는 개성 있는 이미지	69
제 2 절 블랙패션마니아의 추구이미지와 표현특성	74
제 4 장 결 론	80
참고문헌	84
Abstract	101

표 목 차

[표 1-1] 반구조화 질문지	12
[표 1-2] 연구참여자 세부정보	14
[표 2-1] 사적고찰로 도출한 블랙패션이미지	48
[표 3-1] 블랙패션마니아의 추구이미지에 따른 착용동기와 표현방식	79

그 립 목 차

[그림 3-1] 보호를 위한 강인한 이미지	58
[그림 3-2] 카리스마 있는 전문적 이미지	60
[그림 3-3] 모던한 세련된 이미지	63
[그림 3-4] 바디컨셔스 섹시한 이미지	65
[그림 3-5] 탈규범적 아방가르드 이미지	69
[그림 3-6] 차별화되는 개성 있는 이미지	74

부 록 목 차

[부록 1] 서울대학교 생명윤리심의결과 통보서	94
[부록 2] 연구 참여자용 설명서 및 동의서	95
[부록 3] 연구 참여자 모집 문건	99

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 목적

과거에는 블랙을 빛의 부재로 여겨 블랙은 고대부터 어둠, 죽음 등의 부정적인 의미를 가졌으나 20세기 이후에는 블랙이 세련된, 모던한, 고급스러운 의미를 갖게 되어 블랙에 대한 이미지는 점차 긍정적으로 변화해왔다. 블랙은 모더니즘과 관련하여 현대사회에 적합한 색으로 여겨져 회화나 산업디자인에서 주목을 받아 왔으며, 20세기 후반에는 건축에서도 블랙이 사용되면서 블랙의 활용범위는 점점 늘어나게 되었다.

현대사회에서 블랙은 실용적인 측면과 더불어 유행의 흐름에서 가장 자유로운 색이며 어느 주변색과도 잘 어울리는 전체 조화의 색으로 짙은 빈도로 사용된다. 이러한 이유로 패션에서는 매 시즌 빠지지 않고 블랙 제품이 생산되고 있으며, 패션산업에서도 블랙을 기본색으로 지정하고 제품을 기획하는 경향이 있다(송금옥, 2000; 박문희&고순영, 2010).

패션디자이너 Yohji Yamamoto와 Ann Demeulemeester는 블랙을 컬렉션의 중심색으로 두고 작품활동을 한다. Yamamoto는 ‘왜 하필 블랙인가?’를 묻는 인터뷰에서 ‘블랙은 겸손함과 거만함을 동시에 가질 수 있는 색이며, 숨길 수도 돋보이게 할 수도 있는 색이기 때문’이라고 했으며(The New York Times, 2000), Demeulemeester는 ‘블랙은 자신이 드러내고 싶은 감정으로 채울 수 있는 완벽한 색이기 때문’이라고 하였다(Independent UK, 2011).

국내에서도 블랙을 중심으로 자신의 아이덴티티를 강하게 나타내고 있

는 디자이너들이 있다. 2008년 강동준 디자이너의 D.GNAK, 2013년 이영곤 디자이너의 Noire, 2014년 이도연 디자이너의 Baroque, 2016년 김규식 디자이너의 네 번째 브랜드인 QUCHIC 등은 블랙을 주요색으로 하는 대표적인 브랜드이다. 최근 우리나라에서 블랙을 중심색으로 한 브랜드가 계속 등장하고 있는 이유는 디자이너가 블랙을 통하여 자신의 디자인 아이덴티티를 효과적으로 자리매김하고자 하는 의도 때문이기도 하며, 동시에 블랙패션에 대한 소비자들의 수요가 있기 때문일 것이다. 브랜드 런칭에 앞서 목표로 하는 소비자층의 수요에 대한 고려는 중요하기 때문이다.

블랙은 패션에서 중요한 색이며, 회화 및 건축분야를 비롯해 블랙의 활용범위는 점차 넓어지고 있다. 블랙의 활용범위가 점차 넓어짐에 따라 블랙의 이미지 역시 다양해 졌는데 색채학, 심리학, 마케팅 등 분야에서 이러한 블랙의 이미지에 대해 관심을 갖고 활발한 연구를 진행하고 있다.

Pastoureau(2009)와 Harvey(2013)는 회화, 조각, 정치 등에서의 블랙의 이미지 및 상징을 사적으로 고찰하였고, Frank & Gilovich(1988), Vrij(1997), Linhartova(2013), Malkin(2017)은 공격적인, 부정적인, 죽음의 형용사 이미지와 블랙이라는 색의 연관성에 대한 연구를 수행하였으며, 김희진(2007), 유명희(2009), 박성애(2013), 문정화, 이혜원(2015), Won & Westland(2017)는 블랙의 이미지를 제품에 접목시켜 소비자들의 제품 선호도를 파악하고, 블랙의 특성을 바탕으로 한 브랜딩에 대한 연구를 진행하였다.

패션에 있어서 블랙과 관련한 국외 연구로는 Hollander(1993), Harvey(1995) 그리고 Steele(2007) 등의 연구가 있는데 이들은 블랙패션을 사적으로 고찰하여 블랙패션이 나타나게 된 사회적 상황을 살피고 블

랙패션에 담긴 미적 가치를 밝히고자 하였다.

국내에서는 블랙 컬러 선호도 및 이미지와 관련한 연구(박연선, 송선아, 2014; 주리아, 2017), 회화, 조각, 사진 및 영화 등에 나타난 블랙패션을 문헌연구를 통해 사적 고찰을 한 연구(곽혜선, 금기숙, 1998; 문혜정, 김민자, 1998; 김선영, 2007), 현대 패션 디자이너의 작품에 나타난 블랙패션에 대하여 컬렉션 분석을 한 연구(박문희, 고순영, 2010; 권수희, 신혜영, 이인성, 2015), 블랙 소재의 특성에 대한 연구참여자들의 반응(김여원, 최종명, 2010; 이은혜, 2011)에 관한 연구 등이 진행되었다.

주리아(2017)는 우리나라 남녀 1,507명을 대상으로 선호색에 대한 조사를 하였는데, 응답자들은 자신이 소유한 옷 색 중 가장 많은 비중을 차지하는 색이 블랙이라고 하였다. 블랙이 가장 많다고 보고한 사람들은 42.7%였으며 흰색(15.6%)과 회색(8.9%)이 블랙의 뒤를 이었다. 이는 우리나라 남녀가 의복색으로 블랙을 선호한다는 것을 밝혔으나, 연구참여자들도 의복색으로 블랙을 왜 선호하는지에 대한 심층적인 논의는 이루어지지 않았으며, 블랙에 대한 선호가 블랙패션 아이템 구매로 이어지는지, 블랙패션 아이템 구매가 착장으로 이어지는가에 대한 연구로 이어지지 못하였다.

박연선, 송선아(2014)는 전국 20대 대학생 320명을 대상으로 선호색과 색채이미지의 상관성에 대한 연구를 진행하였다. 이들은 KS산업규격에 따른 155가지 색차트를 연구참여자에게 제시하고 선호색 계열과 그에 따른 성격성향별 분석 및 선호색에 따른 연상되는 감성언어(형용사 이미지)를 분석하였다. 연구결과 20대의 선호색과 선호톤의 경우 일반적으로 생각하는 형용사 이미지와 비슷한 것으로 나타나 선호색채와 색채이미지 간 일정한 패턴과 상관성이 있음을 도출하였다. 노랑의 경우 귀여운 이미지를, 초록과 하양의 경우 맑은 이미지를, 무채색의 경우 모던한 이미

지를 연상한다는 응답을 얻었다. 선호색에 따른 형용사이미지에서 검정은 모던한(33.3%), 고상한(22.2%) 이미지를 연상한다고 하였다. 이는 과거로부터 이어져 온 공통적인 색채의 연상적, 상징적 특징이 현대에도 반영되는 것으로 주요 색채와 톤의 감성적 이미지는 크게 변하지 않고 있다는 것을 밝힌 연구였다. 특정 색을 선호하는 이유로는 색에서 받는 느낌이 좋기 때문(76.3%)이라는 응답이 가장 많았으며, 자신에게 어울리는 색이기 때문(17.7%)이라는 이유가 그 뒤를 이었다. 하지만 구체적으로 색에서 받는 좋은 느낌이란 어떠한 것인지, 무엇 때문에 자신에게 어울리는 색이라고 생각하는지에 대해 보다 심도 있는 논의로는 이루어지지 못하였다.

블랙패션에 대해 문헌연구를 토대로 사적 고찰을 한 연구로는 곽혜선, 금기숙(1998), 문혜정, 김민자(1998), 김선영(2007)의 연구가 있다. 이들은 서유럽과 미국의 회화 및 사진작품에 나타난 블랙패션을 사적으로 살펴보고 그 변화와 특징에 대해 논의하여 시대별 블랙패션의 이미지와 미적 특성을 규명하였다. 하지만 연구대상은 모두 국외의 블랙패션을 중심으로 하였으며 국내 블랙패션을 대상으로 사적고찰을 한 연구는 부족하다.

패션디자이너의 컬렉션을 분석한 연구로는 샤넬과 요지모토의 패션디자인에서 조형특성을 살핀 박문희, 고순영(2010)의 연구, 알렉산더왕의 작품에서 나타나는 블랙패션의 특성에 대해 고찰한 권수희, 신혜성, 이인성(2015)의 연구가 있다. 이 연구는 패션디자이너 작품에 나타나는 색, 실루엣, 소재 등 의복의 조형적 특성을 중심으로 외형 분석을 하고 작품의 미적 특성을 밝힌 연구였다. 하지만 이는 패션디자이너가 그러한 작품을 제작하게 된 동기에 대해 해당 디자이너의 인터뷰를 근간으로 한 연구가 아닌 연구자의 판단에 의한 연구였다.

블랙의 소재특성과 관련한 연구로는 김여원, 최종명(2010)과 이은혜

(2012)의 연구가 있다. 이들은 소재 샘플을 연구 참여자에게 제시하여 이에 따른 감성 반응에 대한 설문조사를 실시하였다. 그 결과 소재에 따라서 블랙의 이미지가 다르게 나타난다는 결론을 도출하였으나, 이는 실제 의복이 아닌 샘플을 중심으로 한 연구였다는 한계가 있다. 또한, 연구대상을 대학생으로 한정 하였다는 점 또한 연구의 한계로, 최근 패션 상품의 주요 소비자층인 20대와 30대에 대한 연구로 연구대상을 확대 될 필요가 있다.

국내 소비자를 대상으로 한 블랙패션에 대한 연구는 석순화, 금기숙 (2011)의 연구가 있다. 이 연구에서는 우리나라 여성 440명을 대상으로 설문조사를 실시하여 블랙을 착용하는 이유가 다른 옷과 조화가 잘 되기 때문(119명/27%), 유행에 상관없이 언제나 입을 수 있기 때문(119명/27%), 날씬해 보이기 때문(61명/ 13.9%)이라는 결과를 얻었으나 소비자가 그러한 응답을 바탕으로 어떻게 블랙패션을 스타일링 하는지에 대한 심층적인 분석을 제시하지는 않았다.

최근 디지털화와 소셜 미디어의 부상으로 기존에는 패션 트렌드의 수용자로서 소비의 영역에만 존재하였던 소비자들은 더 이상 디자이너나 브랜드 명성에 국한되어 맹목적으로 패션 트렌드를 따를 필요가 없게 되었으며, 소셜 플랫폼을 통하여 개개인이 자유롭게 이미지를 생산하고 주변과 공유하는(서성은, 2014) 주체적이고 능동적인 대상이 되어가고 있다. 이러한 이유로 패션시장은 점점 소비자 중심으로 변화해가고 있으며, 생산방식 역시 다양한 소비자들의 니즈를 충족시키기 위한 다품종 소량생산체제로 변하고 있다.

현재 패션시장은 제품 판매가 아닌 이미지 중심의 시스템으로 변화해가고 있다(Laurell, 2017). 패션에서 이미지는 의복을 통해 전달되는 느낌을 의미하는데, 패션을 이미지로 파악하는 것은 의류산업에 있어서 제품

들을 포지셔닝하는데 의미 있는 기준이 될 수 있으며 선호하는 패션이미지에 따른 소비자를 파악하는 것은 의류제품을 기획하는데 있어서 매우 유용한 정보이다(추선형,2001).

2015년 전국 20세 이상 남녀 1,100명을 대상으로 한 산업통상자원부의 패션시장규모조사에 의하면 소비자는 패션제품을 선택할 때 품질(75.3점), 색상(74.6점), 가격(73.9점), 소재(73.2점), 스타일/디자인(72.5점), 브랜드(69.1점), 유행(68.4점), 광고(62.4)를 중시한다고 하였다. 이러한 조사결과를 소비자들이 브랜드나 유행 등 패션제품의 외재적 요인보다는 제품의 내재적 속성인 색상, 디자인, 소재를 더 우선시 한다는 것을 의미한다(산업통상자원부, 2016). 이 중 제품선택에 있어 색상을 중요시한다는 응답은 2013년 평균 69.9점, 2014년 평균 73.7점, 2015년 평균 74.6점으로 해마다 증가하는 추이를 보이고 있기 때문에 현 시점에서 패션제품의 색에 대한 연구는 매우 중요하다.

이처럼 블랙패션의 유행이 지속되고 있고, 패션에서 소비자와 패션이미지의 중요성이 점차 증대되고 있으며, 소비자들이 패션제품을 선택할 때 색상을 중요하게 생각한다는 점으로 미루어 보았을 때 블랙·소비자·이미지에 대한 심층적인 연구가 필요하다고 사료된다. 현재 패션디자인에서 블랙이 중심색으로 쓰이고 있으며, 블랙패션의 중요성이 대두되고 있음에도 불구하고 소비자가 표현하는 블랙패션이미지에 관한 질적 연구는 부족한 실정이다. 그리고 우리나라 패션 소비의 주체로 떠오르고 있는 20대와 30대 소비자를 대상으로 한 연구가 부족하기에 연구자는 이들을 대상으로 한 심층적인 연구가 필요하다고 보았다.

본 연구는 사적고찰을 통해 블랙과 블랙패션의 의미와 이미지 변천에 대해 살펴보고자 하였다. 그리고 도출된 이미지가 현재 블랙패션마니아에도 나타나는지, 변형되어 나타나는지 혹은 다른 의미로 나타나는지 살

펴보고 블랙패션마니아가 추구하는 이미지가 무엇인지에 대해 규명하고자 하였다. 블랙패션을 통해 자신의 개성을 나타내는 소비자인 블랙패션마니아를 대상으로, 블랙패션을 어떻게 표현하는지 알아보고 이들이 블랙패션을 착용하게 된 동기를 심층적으로 파악하고자 하였다. 그러므로 본 연구는 블랙패션마니아가 추구하는 이미지를 유형화하고 각 유형별로 블랙패션을 착용하게 된 동기와 블랙패션의 표현방식에 대해 살펴보고 그 특성을 도출하는 것을 연구목표로 한다. 이러한 연구목표를 위한 연구문제는 구체적으로 다음과 같다.

첫째, 블랙패션마니아의 추구이미지를 범주화한다.

둘째, 블랙패션마니아의 추구이미지에 따른 블랙패션 착용동기유형을 분류한다.

셋째, 블랙패션마니아의 추구이미지에 따른 블랙패션 표현방식의 유형을 분류한다.

본 연구는 블랙패션을 향유하는 블랙패션마니아를 대상으로 블랙패션을 통해 추구하는 이미지가 무엇인지 탐색하고자 하였다. 블랙선택호와 관련한 선행연구는 대부분 양적인 방법을 중심으로 수행되어왔다. 본 연구에서 질적연구를 진행하는 이유는 양적인 연구방법으로는 블랙패션을 선택하는 이유에 대한 경향 파악에는 유용한 연구방법이지만 블랙패션마니아가 왜 블랙패션을 향유하며, 어떻게 스타일링을 하는지 살펴보기에는 한계가 있기 때문이다. 다시 말하면, 소비자의 의복착용동기 및 패션표현방식 과정을 심층적으로 파악하기에는 양적연구방법 보다는 질적연구

가 적합하다고 보았기 때문이다. 이러한 질적연구의 수행은 기존에 색션호와 관련하여 양적연구방법에 치우쳤던 연구방법에 대한 보완으로 질적연구와 양적연구의 균형을 맞추려는 시도라는 측면에서 의의가 있다고 사료된다. 또, 이 연구의 결과인 블랙패션마니아의 추구이미지에 따른 유형 분류는 차별적인 디자인전략을 수립하는 데 도움이 되기를 기대해 볼 수 있다. 소비자가 점차 세분화되고 있는 현시점에서 블랙패션마니아 안에서도 어떠한 추구이미지 유형이 있는지 파악하는 것은 블랙패션마니아가 어떠한 점을 고려하고 옷을 구매하고 착용하는지 이해하는 것이며 이러한 결과를 바탕으로 소비자의 니즈를 알아 볼 수 있기 때문이다. 따라서 본 연구는 블랙패션마니아라는 집단에 대한 이해를 도모함과 동시에 블랙패션을 추구하는 이유에 대한 이해를 필요로 하는 블랙패션 상품 기획 및 디자인 방향설정에 활용될 수 있는 소비자 정보를 제공할 수 있을 것이리라는 점에서 의의가 있으리라 사료된다.

제 2 절 연구의 방법 및 범위

본 연구는 블랙패션마니아의 추구이미지와 그 특성을 규명하기 위하여 문헌연구와 면접법을 병행하였다. 우선, 블랙과 블랙패션에서 이미지가 어떠하였는지 사적으로 고찰하고, 블랙의 이미지가 어떻게 나타나고 있는지 파악하였다. 이를 위해 블랙과 관련한 색채학, 미술사, 건축, 패션 관련 서적, 선행연구, 기사 및 인터넷 자료 등을 바탕으로 문헌연구를 실시하였다. 블랙과 블랙패션에 대한 사적고찰에 있어서 시대적 범위는 고대에서 현재 2018년으로 설정하였다. 문헌연구의 대상으로 선행연구에

서 주로 언급되었던 국가를 대상으로 하였는데 국외는 영국, 프랑스, 이탈리아, 스페인, 네덜란드 등의 서유럽과 미국을 중심으로 하였으며, 아시아에서는 우리나라와 지리적으로 인접한 중국과 일본을 연구대상으로 선정하였다.

그리고 블랙패션마니아의 블랙패션 표현방식과 착용동기를 밝히기 위하여 면접법을 실시하였다. 연구참여자들의 진술을 바탕으로 착용동기와 표현방식에 대하여 심층적으로 파악하기는 참여자들과 1대 1로 대면한 면접법이 연구참여자로부터 진술한 답변을 얻을 수 있으며, 연구자의 판단을 정지하고 연구참여자를 중심으로 한 연구를 수행할 수 있다는 장점이 있기 때문이다. 따라서 연구참여자의 응답을 중심으로 연구목표를 달성하기 위한 가장 적합한 연구방법이라고 판단하였기 때문에 면접법을 연구방법으로 선정하였다. 면접은 면접자가 반드시 지켜야 할 준수사항이나 질문들이 사전에 얼마나 엄밀하게 정해져 있느냐에 따라 구조화(structured) 면접, 반구조화(semi-structured) 면접, 그리고 비구조화(unstructured) 면접으로 나누어 진다. 대개 조사 면접은 구조화 면접의 형태를 띠고 피면접자의 반응의 재량범위가 거의 없는 반면에, 질적 면접은 비구조화 면접의 형태를 띠고 피면접자의 반응의 재량범위가 넓다. 그리고 이들 양자의 중간형태가 반구조화 면접이다(백옥현, 2006). 본 연구에서는 연구참여자의 응답에 따라 질문의 순서를 바꿀 수 있고, 연관된 답변이 나올 경우 이와 관련한 질문을 하는 등 연구참여자의 반응에 따라 질문의 융통성을 발휘하기 위하여 반구조화 면접형태를 취하였다.

면접법에서 패션의 범위는 소비자가 스스로 자유롭게 스타일링 할 수 있는 일상복(daytime dress)으로 한정하였다. 이는 결혼식, 장례식과 같이 암묵적인 복식규범이 존재하는 상황에서는 개인의 패션스타일 표현에 있어서 제약이 있다고 판단하였기 때문이다. 또 유사한 이유로 특정한 상

황에서 입어야하는 유니폼의 경우도 연구대상에서 제외하였다.

블랙패션의 조건은 상의, 하의, 원피스, 외투 등 의복면적의 90%이상을 블랙으로 한 착장으로 하였다.

연구참여자는 일상복으로 블랙패션 주로 착용하고, 자신을 블랙패션마니아라고 여기며 블랙패션을 통하여 자신의 이미지를 표현하는 20대와 30대 대한민국의 남녀로 하였으며 블랙패션을 추구하게 된 동기 및 이유에 대해서 설명할 수 있는 자를 대상으로 하였다. 여기서 일상복으로 블랙패션을 주로 착용하는 기준은 연구참여자 마다 응답이 다를 수 있다고 판단하였기 때문에 1주일에 몇 회 이상 입는 사람이라고 연구자가 미리 규정하지는 않았다.

연구참여자 수는 남녀 각 15명 총 30명으로 하였으며 이는 소비자들의 패션스타일에 대하여 심층면접방법으로 수집한 자료를 통해 소비자들의 표현특성에 대하여 고찰한 선행연구(김나운, 2015; 이채영, 2017)를 참고로 하였다.

자료수집방법은 판단표본추출법(judgement sampling)과 눈덩이표집방법(snowball sampling)을 병행하였다. 연구자는 편의표본추출법으로 자료를 수집하면 표본의 편중현상이 발생할 수 있으며, 무작위표본추출법에 의한 자료 수집은 블랙패션마니아라는 특수한 표본을 다루기에 적합하지 않다고 판단하였기에 연구자가 전문적 판단에 따라 또는 연구목적에 따라 적절한 대상을 표본으로 선정하는 방법(이은영, 2010)인 판단표본추출법을 택하였다. 판단표본추출법을 적용하여, 20대와 30대 유동인구가 많은 홍대, 강남, 이태원, 가로수길에서 의복 면적의 90%를 블랙패션으로 하여 블랙패션을 통해 자신의 개성을 나타내고 있는 자를 대상으로 면접 가능 여부에 대하여 묻고 자발적으로 면담에 응하겠다고 대답한 사람을 연구참여자로 선정하였다. 눈덩이표집방법의 경우, 판단표본추출법으로

선정된 연구참여자의 지인에게 모집문건을 전달하도록 하여 연구참여자가 면접에 참여를 원할 경우 연구자에게 직접 연락을 취하도록 하였다.

20대 3명, 30대 1명 총 4명의 여성을 대상으로 예비조사를 실시하여 예비조사에서 블랙을 착용하게 된 동기가 신체의 단점을 보완하기 위하여 블랙을 선택하게 되었다고 공통적으로 응답하였으므로, 면접문항에 추가로 ‘블랙패션을 입게 된 이유가 신체와 관련이 있기 때문인가?’ 라는 질문을 추가하였고, 블랙패션을 추구하게 된 이유가 성격과 관련이 있다는 응답을 바탕으로 ‘블랙패션을 입게 된 이유가 성격과 관련이 있는가?’ 라는 질문도 추가하였다. 그리고 상황과 계절에 따라 스타일이 달라진다는 응답을 바탕으로 ‘상황에 따라 블랙패션 스타일이 달라지는가?’ ‘계절에 따라 블랙패션스타일이 달라지는가?’ 라는 질문을 추가하는 등 기존에 구성된 질문내용을 수정·보완하였다. 면접 질문 순서는 일반적인 질문에서 추상적이고, 사적인 질문 순서로 재구성하였다. 예비조사를 바탕으로 한 반구조화 질문지 내용은 다음과 같다(표 1-1).

질문 영역	세부질문	선행연구
개인특성	<ul style="list-style-type: none"> • 이름, 성별, 나이, 직업 	정인희 (1998)
착용동기	<ul style="list-style-type: none"> • 일주일에 블랙패션 착용하는 횟수 • 블랙패션을 입기 시작한 시기 	정인희 & 이은영 (1999)
	<ul style="list-style-type: none"> • 블랙패션을 입게 된 이유 • 블랙패션 착용동기와 신체와의 연관성 • 블랙패션 착용동기와 성격과의 연관성 	연구자 (2018)
표현방식	<ul style="list-style-type: none"> • 상황에 따른 블랙패션 표현방식 • 계절에 따른 블랙패션 표현방식 	연구자 (2018)
	<ul style="list-style-type: none"> • 디자인요소(색상, 소재, 실루엣) 	추선영 (2001)
	<ul style="list-style-type: none"> • 선호하는 패션스타일 • 주로 가지고 있는 옷의 유형 	정인희 (1998)
	<ul style="list-style-type: none"> • 액세서리(귀걸이, 목걸이, 벨트, 신발, 가방 등) • 헤어 및 메이크업 	안연숙 (2011)
추구 이미지	<ul style="list-style-type: none"> • 추구하는 이미지와 타인의 반응 	이은혜 (2012)

[표 1-1] 반구조화질문지

연구참여자는 연구 참여 전에 연구자로부터 연구문제에 대한 설명을 듣고, 서면으로 동의서를 작성하도록 권유받았다. 수집하는 개인정보의 범위는 성별, 연령, 직업에 관한 인구통계학적인 정보와 연구참여자의 연락처이다. 연락처는 연구참여자에게 사례금 지급 및 차후 자료 분석 시 연구자가 자료해석의 오류를 줄이기 위하여 재연락을 취하기 위해 수집하였다. 모든 면접 내용은 연구참여자의 동의하에 녹음하였고 녹취록을 작성하였다. 면접시 연구참여자의 동의 아래 블랙패션을 입은 전신사진을 수집하였다. 면접은 카페, 직장, 연구실 등에서 진행되었다. 면접은

1대1 대응면접으로 진행하였으며 면접시간은 약 50분에서 1시간 30분 정도 소요되었다. 면접은 질문에 대한 응답이 포화가 될 때 까지 진행되었으며, 추가질문이 있을 경우 연구참여자에게 재연락하여 추가면접을 진행하였다.

면접은 서울대학교 생명윤리위원회의 승인(IRB No.1803/003-009)을 받은 날인 2018년 3월 26일부터 2018년 6월 20일까지 실시하였다. 선정된 연구참여자들의 세부정보 다음과 같다(표 1-2).

정보 No.	성별	나이 (세)	연구참여자 (가명)	직업	블랙패션 주당착용횟수
1	여성	22	A	프리랜서(일러스트)	5회
2		23	B	패션소품매장직원	5~6회
3		25	C	패션디자이너	6회
4		25	D	회사원	6회
5		26	E	대학원생	4회
6		26	F	회사원	3~4회
7		27	G	대학생	7회
8		27	H	대학생	7회
9		28	I	대학원생	4회
10		28	J	회사원	3회
11		30	K	회사원	4~7회
12		31	L	대학원생	6회
13		32	M	대학원생	3~4회
14		35	N	대학강사	3~4회
15		37	O	회사원	4회
16	남성	21	P	대학생	5~6회
17		22	Q	무직	4회
18		22	R	대학생	3~4회
19		23	S	대학생	5~6회
20		24	T	모델	5~6회
21		26	U	의류매장직원	5~6회
22		26	V	개인브랜드 준비중	5~7회
23		27	W	유학준비중	7회
24		27	X	의류쇼핑몰운영	7회
25		28	Y	개인브랜드 준비중	5~6회
26		29	Z	의류쇼핑몰운영	5~6회
27		30	Z1	건축사	5회
28		31	Z2	대학생	4~5회
29		32	Z3	회사원	4회
30		35	Z4	패션디자이너	4~5회

[표 1-2] 연구참여자 세부정보

제 3 절 용어정의

본 연구에서 사용하는 용어를 정리하면 다음과 같다.

1. **블랙**: 한국산업규격에서 규정한 물체색의 색이름(KS A 0011)에 따르면 무채색인 검정의 기본색 이름은 검정이며, 대응 영어로는 블랙(Black)이라 하고 약호로는 Bk로 표기한다. 블랙과 관련한 선행연구에서는 블랙을 흑색, 검은색, 검정색 등으로 혼용하여 사용하였으나, 본 연구에서 흑색이나 검정 대신에 블랙이라는 용어를 통일하여 사용하였다. 이는 색상의 톤과 누앙스의 차이에 의미를 두지 않기 위함이라는 서승희&김영인(2011)의 선행연구와 그 논지를 같이 하기 때문이다. 다만, 선행연구나 연구참여자의 인터뷰에서 검정색, 흑색 등의 단어를 사용한 경우 블랙으로 수정하지 않고 그대로 사용하였다.

2. **블랙패션**: 본 연구에서 블랙패션은 상의와 하의, 원피스, 외투 등 패션아이템 모두를 검정색으로만 한 올블랙룩(All Black Look, 삼성디자인넷 패션사전) 뿐만 아니라 의복면적의 90% 이상을 블랙으로 하는 것으로 정의하였다. 이렇게 선정한 이유는 의복면적의 100%를 블랙으로 한 사람들로만 연구참여자를 모집하기 어렵다는 현실적인 이유도 있지만, 의복면적의 10%이내에서 컬러, 문양, 자수 등 포인트가 착용자의 추구이미지 표현에 기여하는 요소로 판단하였기 때문이며 이러한 포인트 요소가 개성표현의 일부가 된다고 보았기 때문이다.

3. **블랙패션마니아**: 윤명(2000)과 원누리(2012)는 패션마니아를 다음과 같이 정의하고 있다. 패션마니아란, 패션제품에 대한 높은 관여 수준을 보

이고, 애착심이 강하며, 패션제품의 여러 속성에 대해 주관적인 가치 판단의 체계를 나름 갖추고 있으며(윤명, 2000) 복식에 특별한 가치를 두고 의복 흥미가 높으며 풍부한 정보와 지식을 바탕으로 이를 통한 이미지 및 특유의 심리적 특성을 표현하는 강한 성향을 가진 사람(원누리, 2012)이다.

이를 바탕으로 연구자는 블랙패션마니아를 블랙패션에 대한 흥미도가 높고, 블랙패션에 대해 가치판단의 체계를 가지고 있으며 블랙패션을 통하여 자신의 이미지를 표현하는 성향이 강한 사람으로 정의하였다.

제 2 장 이론적 배경

이 장에서는 블랙과 블랙패션이미지에 대한 사적고찰을 진행하였다. 먼저, 블랙의 어원과 물리적 특성에 대하여 살펴보고, 그 다음으로 블랙의 이미지와 블랙패션이미지에 대하여 고찰하였다.

제 1 절 블랙의 이미지

1. 블랙의 어원 및 물리적 성질

블랙의 어원은 ‘검은 연기가 나면서 타버리다’, ‘연기가 나면서 까맣게 타다’라는 뜻인 인도 유럽어 *bhleg-에서 유래되었다고 추정되며, 고대영어 blaec, blac- 중세영어 blak, 고대 독일어 bla(c)h, 고대 아이슬란드어 blakker와 그 기원을 같이한다(조영수, 2017). 우리말에서 ‘검다’라는 색채어의 어원은 아궁이에 불을 지피어 낼 때 솔 밑 언저리에 영키는 ‘검딴영’에서 유래하였다. ‘검다’라는 단어는 ‘검딴영’에서 ‘검’에 어미 ‘-다’가 결합한 것으로, 그을려 생긴 검은색을 의미한다. 한자 ‘黑(검을 흑)’자는 굴뚝창과 불꽃염이 합쳐서 된 글자이다. 즉, 불을 땔 때 나는 연기가 창문 사이로 빠져 나가면서 검어지는 데서 유래된 문자다(박영수, 2006). 블랙의 어원을 미루어 보았을 때, 블랙은 검은색 연기 및 재, 탄 것에서부터 기원하였다는 것을 알 수 있다.

한국산업규격 물체색의 색이름(KS A 0011: 2005)에서 블랙의 기본색

이름은 검정색이다. 블랙은 색채의 3속성 중 색상은 없고 명도는 가장 낮으며 채도가 없는 일차원 색채인 무채색이다.

가볍거나 무겁게 느껴지는 색채의 무게감은 색의 명도와 관련이 있는데 보통 밝은 색이 가볍게 느껴지고 어두운 색은 무겁게 느껴진다. 따라서 명도가 낮은 블랙은 가장 무거운 느낌을 주게 된다. 또한 색의 명도는 흡수되거나 반사하는 광선의 양에 의해 결정되는데, 통상적으로 검은 물체는 도달하는 광선의 95%이상을 흡수하는 반면 흰 물체는 10%미만을 흡수하고 있어 비슷한 구조의 검은색 직물보다 흰색 옷감이 실제로 더 낮은 온도를 갖게 된다(Horn& Gurel, 1988).

무채색간의 색채 효과에 대해 살펴보면, 흰색을 배경으로 하는 검정색의 정사각형은 검정색을 배경으로하는 흰색 정사각형보다 더 작게 보이는데, 이는 검정색이 수축하는 성질을 가지는 데 비해 흰색은 팽창하는 성질이 있기 때문이다. 또한 밝은 회색의 정사각형은 검정색을 배경으로 하면 밝게 보이지만 흰색을 배경으로 하면 같은 크기의 정사각형일지라도 전자보다 어두워 보인다(고을한, 1982). Goethe 역시 밝은 색상의 대상은 크기가 같은 어두운 색상의 대상보다 크게 보인다고 하면서, 검정색 바탕 위에 흰색 원반은 흰색 바탕 위의 검정색 원반보다 1/4가량 더 크게 보인다고 하였는데, 이러한 이유로 흰색 옷은 착용자를 더 뚱뚱하게 보이게 하는 것이다(최재경, 2005).

Chevreul은 색채의 대비에 있어 두 색의 배색이 조화되지 않을 경우 그 사이에 흰색이나 검정색을 놓으면 보다 잘 조화된다고 하였다. 이 때 흰색이나 검정색은 서로 대립하고 있는 색들 사이의 색상대비를 약화시키는 중화제 역할을 하는데 이것은 흰색이나 검정색이 원래의 색상을 약화시키는 것을 뜻한다. 또한 이들 대비에서 검정색을 바탕으로 한 색상 대비가 흰색이 바탕인 색상대비보다 전체적인 이미지가 어둡게 보인다

(박은주, 2001).

블랙은 흰색과 함께 색채 감각이 발달하지 않았던 원시시대부터 인식되어 온 색상이었으며, Berlin & Kay(1969)은 세계 여러 지역 98개 종족의 언어를 조사하여 대부분의 색 이름이 블랙과 흰색으로부터 발달되었음을 밝혔다. 블랙은 색조상으로는 아주 순수한 무색의 칠흑(pitchblack)에서 아주 어두운 진회색(charcoal gray)까지, 또 따뜻한 블랙에서 차가운 블랙까지 그 범위가 넓다. 이론상으로는 모든 빛을 흡수하는 흑체가 있으나 실제로 검댕이나 블랙 벨벳과 같이 가장 어두운 물체도 적어도 3%는 그 표면을 통하여 빛을 반사 한다(문혜정, 김민자, 1998). 2014년 영국의 나노연구기업인 Surrey Nano Sysyem은 빛을 99.96% 흡수하며, 빛을 비추면 그 흔적이 전혀 남지 않고 가장 진한 검정색을 내는 신물질인 Vanta black(Vertically Aligned Nano Tube Arrays black)을 개발하였다. Vanta black은 블랙보다 더 어두운 색을 갈망하던 과학자, 예술가들의 관심을 한 몸에 받으며 세간의 주목을 받았다.

블랙은 이상적으로는 색상이 없는 색채이지만 시각적으로 감지할 수 있고 여타 다른 색들과 마찬가지로 독특한 느낌을 주기 때문에 색채에 포함된다고 할 수 있다. Helmholtz는 블랙은 실제로 존재하는 느낌이다. 그러므로 블랙이라는 느낌이 비록 빛이 없기 때문에 생겨나는 느낌이라고 할지라도 블랙을 보는 느낌은 아무런 느낌이 없다는 것과는 전혀 다르다고 하였다. 이렇듯 블랙은 다른 여러 색상들처럼 명백하고 독특한 색으로 인지되어 왔다(문혜정, 김민자, 1998, 재인용).

위에서 살펴본 바와 같이 블랙은 물리적 특성에 의해 무겁고 따뜻한 느낌을 주며 축소되어 보이는 성질이 있다. 또 다른 색상과 함께 배색으로 쓰이면 블랙만의 고유한 성질로 인하여 다른 색상 간 대립을 중화시켜 주는 특성을 가지고 있다.

2. 블랙의 의미와 이미지

이미지란 마음속으로 떠오르는 상으로서의 심상을 의미한다. 직접적으로 감각의 자극을 동반하지는 않지만 감각적 성질을 지니고 있기 때문에 시각이미지, 청각이미지, 후각이미지 등 모든 감각의 이미지가 가능하다. 현대 커뮤니케이션에서 메시지를 전달하는 수단인 기호들은 직접 지각되거나 실제로 체험된 정보가 아니라 그 이미지에 의해 정보를 운반하고 있다고 본다(디자인사전, 1997). 또한 이미지란 수용의 통로를 통하여 직·간접적으로 입수된 정보를 주관적으로 새롭게 만들거나 재생산한 결과이다. 따라서 이미지의 해석은 수용자의 시각이며 주관적이므로 예술작품의 경우 예술에 관한 선입견에 영향을 주고받게 된다(오병권, 1999).

인간이 특정 대상에 대한 이미지를 형성하는데 있어서 관련된 모든 정보를 다 이용할 수 없기 때문에 대부분의 경우에 있어 이미지를 형성하는 중추적 속성들은 그 밖의 다른 속성들에게까지 영향을 주어서 대상에 대한 전체적인 정보가 불충분한 경우에도 이미지를 형성한다(추선행, 2001).

John Berger(1995)는 이미지를 새롭게 만들어진 또는 재생산된 시각이라고 정의하면서 그것은 최초로 나타나서 받아들여진 장소와 시간으로부터 잠깐 동안 수세기나 떨어진 외관이라고 하였다. 그리고 그는 모든 이미지는 사물을 보는 방법을 구체화하고 있다든지 그 이미지에 관한 판단이나 지각은 우리들 자신의 견해에 의존하고 있다는 것을 잊어버려서는 안 된다고 하면서 이미지는 X가 어떻게 Y를 보았는가 하는 의미의 대응 역할을 맡게 되었다고 하였다. 또 이미지는 과거의 어떠한 유적이나 문헌보다도 당시 사람들을 둘러싸고 있는 세계에 대한 직접적인 증언을 제

공해주었기 때문에 언어보다도 훨씬 더 정확하고 풍부하다고 하였다.

Rawson(1987)은 이미지를 시각적 구성의 모든 구성 요소를 통합하고 집중시키는 통일된 전체를 의미한다고 하여 이미지란 대상들로부터 전달되는 모든 정보들을 통합하여 몇 개의 두드러진 특징으로 단순화시켜 구조적으로 파악하려는 능동적인 과정인 시지각 활동의 산물이라는 점을 강조하고 있다. 그래서 김영인, 이윤주(1994)는 이미지란 주어진 자극에 과거의 경험이나 기억의 상호작용 및 개인 각자의 생활 환경에 의한 연상이나 감정 등이 복합적으로 작용하여 이런 모든 것들이 총체적으로 지각되어서 나타난 의미를 불러일으키는 형체, 형상 또는 감각적 표현체, 즉 실제의 시각적 표상이라고 하였다(문혜정, 김민자, 1998)

고대 그리스에서 블랙은 잠, 꿈, 괴로움, 비밀, 죽음 등을 의미함과 동시에 비옥하고 풍요로움을 상징하였다. 기원전 2세기에는 로마의 고위관료들이 블랙 토가를 장례용으로 착용했는데, 이는 유럽에서 조문용 의복의 시작이었다. 실제로 이 블랙 토가는 완전한 블랙이라기보다는 어두운 색이었지만 그럼에도 블랙은 죽음과 연관되었다. 중세 기독교에서 블랙은 죄를 짓는 것과 부정(不正)을 상징하는 색으로 사용되었다. 1000년대 이후에 블랙은 무서운 짐승의 모습을 한 악마의 색으로 사용되기 시작하였다. 11세기 전후로 블랙의 옷은 악마 의존적, 악마를 따른다는 의미를 갖게 되었으며, 이는 블랙뿐만 아니라 갈색, 회색, 보라색, 파란색 등 어두운 색까지 확장되어 적용되었다(Pastoureau, 2009).

블랙은 예술에서 항상 중요한 역할을 해왔다. Caravaggio, Rembrandt, Manet, Whistler 등의 화가들은 자신들 작품의 중심에 검은색을 넣었다. 블랙이 색이나, 색의 부재냐에 대한 논의는 계속 되어 왔지만 블랙은 분명 화가들에게 중요한 색이었다. 16세기, 17세기를 거쳐 19세기에는 특히 블랙이 중요하였는데, 이 시기에 회화에서 블랙은 명암대비를 강조하

거나 불림감과 신비로운 감정을 야기하기 위하여 사용되었기 때문이다. 17세기 Newton이 무지개색 스펙트럼을 발견했을 때, 블랙과 화이트는 빛이 다른 빛의 파동이라는 이유로 빛의 스펙트럼에서 제외되었다(Steele, 2007).

20세기에 진정한 색채로 블랙이 지위를 확립한 것은 사진이나 영화가 아니라 회화에서부터 였는데, De Stijl 운동이 그 중요한 계기이다. 1920년에서 30년에 블랙은 완전히 모던 컬러로 입지를 굳혀갔다. 1920년대에는 패션계에서 Chanel이 블랙을 멋스러운 색으로 풀어냈으며 블랙은 오늘날까지 패션계에서 여전히 모던, 크리에이티브, 파워풀한 색으로 존재하고 있다(Pastoureau, 2009). 패션디자이너의 검은색 상품을 보고 죽음, 애도, 기독교 교회 등과 같은 이미지를 떠올리는 사람은 없을 것이다. 현대의 검은색은 스타일리시한 세련미를 상징하는 색이 되었으며(Harvey, 2017), 대량생산되면서 자연의 색보다는 인공적 창조물들과 잘 어울리는 도시의 색상이 되었고 전세계가 선호하는 색상이 되었다(문혜정, 김민자, 1998).

디자인에서 블랙의 유행과 함께 블랙은 미술계에서 다시 주목하는 색이 되었다. 1915년 Kazimir Malevich는 자신의 첫 전시회에서 <검은 사각형(Black Square)>을 선보였으며, 색채의 거장이라 불리는 Henri Matisse는 블랙을 풍부하게 사용하여 관능적인 이미지를 더욱 두드러지게 묘사하였다. 초기 모더니즘 화가들은 블랙을 많이 사용하지 않았으나 20세기 중반이 되면서 블랙 사용에 변화가 생긴다. 1949년 Barnett Newman의 거대한 추상화 <아브라함(Abraham)>은 역사상 최초로 완전히 검은색으로만 이루어진 그림으로 논의된다. 1940년대 후반부터 Pierre Soulages는 거의 검은색만 사용하여 그림을 그렸으며, 1960년대 중반에 Mark Rothko는 채플의 그림에서 검은색, 짙은 갈색, 짙은 자주색만 사용하였

다. 그 그림이 완벽하게 검은 것은 아니지만 채플에 걸린 그림들은 모두 ‘검은 그림’이라고 불린다. 미술계에서 블랙에 대한 관심은 계속되어 2006년 파리 폰테시온 마그(Fondation Maeght)에서는 블랙은 컬러다(Le Noir est une couleur) 전시회가 개최되었고, 2007년 런던 화이트큐브 갤러리에서는 검은 물질(Dark Matter) 전시회가 열렸으며, 2008년에는 하노버 케스트너게젤샤프트(Kestnergesellschaft)에서는 검은색으로 회기(Back to Black) 전시회가 열렸다(Harvey, 2017).

일반적으로 아시아에서는 유럽보다 블랙에 대한 거부감을 적게 가지고 있으며, 특히 동아시아에서는 불교와 유교의 영향으로 검정색을 색이 없는 상태인 무색의 세계로 보았다. 욕망을 뜻하는 색(色)은 남녀간의 정욕, 색욕, 여색을 뜻했고 악의 근원이라고 여겼기 때문에 색이 없다는 것은 이상을 뜻한다고 할 수 있다(송명희, 조규화, 1997).

우리 민족의 원초적인 색채 인지 발달과정을 보여주는 문헌적 자료는 찾아보기 어렵다. 문헌자료는 주로 중국의 문화를 수용한 이후의 것이고, 따라서 이미 중국의 색채문화 영향을 받은 것들이라고 볼 수 있다. 색명이 구체적으로 문헌에 등장하는 것은 삼국시대 이후로 기록된 색명 자료의 대부분은 복색에 대한 것들로 특히 계급구분과 관련되어 기술되어 있다(이은주, 1994).

우리의 전통 색채는 ‘유채색’을 주로 사용하는 지배계급 사회의 엄격한 정색(定色) 관념으로 인한 색채 사용의 순수성을 강조한 일면과 색채 사용이 엄격히 통제되어 마음대로 색채를 사용할 수 없었던 평민계급 사회의 무채색 관념으로 나눌 수 있다. 이 상반된 색채관념은 음양오행설(陰陽五行說)에 입각한 엄격한 정색주의(正色主意)와 평민사회에서의 절용주의(節用主意)로 귀착된다. 정색(적(赤), 청(靑), 황(黃), 백(白), 흑(黑))과 간색(홍(紅), 벽(碧), 녹(綠), 유황(硫黃), 자(紫))의 사용은 통치목적에

따라 신분계급, 남녀연령 등을 구분하기 위해 적용되었다. 중국의 영향을 많이 받았던 우리 민족은 색의 사용에 있어서 시각적인 의미보다는 관념적인 의미에 중점을 두게 되었다. 특히 음양오행사상은 원시신앙과 결합하여 복을 기원하고 액을 물리치는 주술적인 행동으로 나타났다(이명숙, 1998).

오방정색(五方正色)은 한국의 전통색채의식과 사상에 있어 큰 영향을 주는 색이다. 오방정색은 동양의 오행사상에서 비롯된 색으로 다양함을 아우르는 완전함의 의미를 가진 색이다. 이러한 오방정색의 활용은 음양오행설이 본격적으로 도입된 삼국시대 이후부터 꾸준히 확산되었다. 음양오행 사상에 바탕을 둔 정색 관념과 백제와 신라의 관복제도에 의해 일반 서민생활에서는 색채 사용이 제한되었다(이명숙, 1998). 이후 조선 시대에는 왕실과 일반 서민층에서도 음양오행설을 받아들이고 오방정색을 일상생활에서 사용하였다. 조선시대의 의궤(儀軌)와 악보를 정리한 악학궤범(樂學軌範)에서도 처용무(處容舞)의 작대(作隊)를 살펴보면 다섯 명의 무용수가 청(靑)·홍(紅)·황(黃)·흑(黑)·백(白)색의 오방색 무의(舞衣)를 입고 일정한 형식에 맞추어 축귀의례(逐鬼儀禮)를 행한 것을 찾아볼 수 있다(이순희, 2014).

흑색은 음의 색으로 쓰였으며, 계절로는 겨울을 상징하여 다음 봄을 준비하는 소생을 상징함과 동시에 만물의 흐름과 변화를 뜻한다. 흑색 계열의 색채로는 치(淄, 검정), 현(玄, 밤하늘색) 등이 있다(김현영, 손경애, 여화선, 2003).

『동사강목(東史綱目)』에 보면, 인종 11년에 흑색을 숭상한 기록이 있다.

도선(道詵)이 말하기를, 우리 동방(東方)의 수근(水根)과 목간(木幹)의 땅이니

색깔은 청색과 흑색을 숭상하고 소나무를 심어 기르기를 힘쓰라.

(이재만, 2011, 재인용)

블랙에 대한 이미지는 수묵화를 통해서 자주 찾아볼 수 있다. 동양화를 대표하는 수묵화에서는 불변의 원리를 찾고자하는 철학적 사유를 바탕으로 색을 사용하지 않았다. 현상의 변화에서 오는 무상함을 보지 않고 겉으로 나타나지 않는 사물의 본질을 찾으려 한 정신적 작용을 의미한다. 특히, 그림을 그리는 행위는 서양에서처럼 특출난 재능이 있는 예술가에게 한정된 것이 아니고 시(詩), 서(書), 화(畵) 등 선비의 기본덕목으로 여겨졌기에 그림을 그리는 일은 단순한 사물의 표현이 아닌 그 속에 담긴 의미를 찾는 것이었으며 수묵화에서 현상 속에 드러나는 색채효과에는 관심을 두지 않았던 것이다.

색이 배제된 수묵화는 정신 가치를 반영한 것으로 굳어지게 되었다. 그리하여 전통 수묵화를 ‘본다’는 표현보다는 ‘읽는다’는 표현이 나타나는 이유이기도 하다. ‘읽는다’는 말은 동양화 감상에 있어 서화일률(書畵一律)의 감상법에 기인한 것으로 글씨와 그림이 한 가지이므로 보는 방법 역시 읽는 것과 동일하다고 보는 것이다. 그림에서 읽히는 내용 역시 그림을 그린 작자가 어떤 마음을 그 속에 담고자 했는지가 중요한 것이다. 먹으로 그린 수묵화는 무채색으로 엄밀히 말하자면 색이 없는 그림이다. 그러나 모든 색이 담겨진 그림이기도 한데, 모든 색의 혼합이 검정이 되므로 먹은 모든 것을 담는 색이 되는 것이라고 여겼기 때문이다. 그래서 수묵화에는 온갖 색이 있다는 흑유오채(黑有五彩)라는 표현을 쓰기도 한다(오승진, 2015).

수묵화에서 블랙은 모든 색을 담고 있는 색이라는 의미로 정신적인 의미로 해석되었으며, 그림을 그린 사람이 먹의 농담을 통해 표현하고자 하는 바를 읽어내는 정신적인 것을 상징하는데 쓰였다. 우리나라 말 중

에는 검정을 뜻하는 ‘흑(黑)’ 자를 쓰지만 실제로는 흑장미와 같이 검지 않고 어두운 색인 것도 있다(주리아, 2017). 흑색이라는 이름은 그 색의 범위가 축소되어 새까만 색을 의미하는 것으로 쓰이지만 오늘날에도 여전히 모든 색의 개념에 내용과 뜻을 표시하는 특수한 색이기도 하다(하용득, 1996).

이상의 내용을 정리해보면, 블랙의 이미지는 블랙의 어원과 물리적 성질을 토대로 발전했다고 볼 수 있다. 불이 타고 남은 재는 자연에서 볼 수 있는 블랙의 색이며 자연에서 나타난 이러한 재의 어두운 색을 바탕으로 블랙이라는 단어가 생겨난 것이다. 그리고 명도가 가장 낮고 채도가 없는 일차원적인 색채라는 특징은 블랙의 어두운 이미지로 연결되어 밤, 죽음 등의 이미지를 갖도록 하였다. 블랙은 여겨 회화에서 명암표현을 하는데 주요한 역할을 하였으며 빛에 대응되는 어두움, 그림자를 나타내었고, 중국과 우리나라의 수묵화에서는 정신적인 상태를 대변하는 색으로 쓰였다. 1900년대 이후에 와서 블랙은 회화, 제품디자인에서 모던하고 세련된, 신식의 하이테크의 이미지를 갖게 된 것으로 볼 수 있다.

제 2 절 블랙패션의 이미지

패션이미지는 의복에 의해 전달되는 느낌을 말하는데, 이는 디자인 요소에 의해서 표출되는 느낌을 뜻한다. 패션이미지는 의복의 실루엣이나 아이템, 재질, 색상, 디테일 등 디자인 요소들의 시각적 특징들을 조합함으로써 다양한 이미지를 창출할 수 있다(추선형, 2001). 이 절에서는 우

선 국외에서의 블랙패션이미지의 변화과정에 대해 살펴보고, 국내에서의 블랙패션이미지에 대하여 역사적으로 고찰해보고자 한다.

1. 국외에서의 블랙패션이미지의 사적변화

블랙패션에 대한 기록은 그리스 시대에서 처음 발견할 수 있었다. 단노 미야코(丹野 都)의 『서양복식발달사』에 의하면 히메치온(himaton)의 색은 여러 가지로 파랑, 장미색, 자색, 흰색, 검정색 등이 쓰였다고 한다. 로마시대의 흑색은 신학자의 의복색으로 모직물의 자체색인 칙칙한 흑색은 서민의 색이었다. 또한 이 시대에 흑색은 가죽으로 된 신발에서도 처음 나타나고 있다. 초기에는 검정색이 가진 상징적 중요성이 미적인 흥미에 우선해왔기 때문에, 검정색은 유럽에서 처음에는 죽음의 색상으로서 시작했고 장례식을 위해서 적합한 색상이었을 뿐이었으며 이러한 관습은 지중해의 고대 풍습의 유산이었다. 후에 많은 이들이 종교적인 삶을 따르게 되었을 때 검정색은 사제, 수도자와 신의 성직자들의 옷에 적절한 색상으로 여겨져 블랙은 사제복복이나 수도복으로 쓰였다. 6세기에 Saint Benedict는 수도자들이 옷의 색과 두께에 대해 생각할 필요가 없다고 보고 수도자들에게 수수한 옷을 입을 것을 강조하였다. 9세기 수도복의 블랙은 겸손과 속죄를 상징하였다. 실제로 이 시기의 수도복은 완전한 블랙이 아닌 파랑이나 갈색, 회색이었으나 ‘Monks’ Black’ 이라는 용어가 존재하였다. 14세기까지 완전한 블랙(true black)을 만드는 것은 기술적으로 어려웠기 때문에 수도자와 일반인 사이에 의복색 차이는 없었다. 하지만 점차 블랙은 수도복에서 주요색으로 사용되었다 (Pastoureau, 2009).

중세의 블랙은 전통적으로 상(喪)을 뜻했으며 중세 말까지 노동자 계

굽은 대부분 블랙컬러의 옷을 입었고, 귀족들 옷에서 블랙은 모피, 즉 흑양이나 흑담비 털을 이용한 코트에서 일부 나타났다(곽혜선, 금기숙, 1998, 재인용).

13세기에 유럽의 공무원들은 위엄과 고결함을 나타내기 위해 검정색 옷을 입었으며 14세기에는 유럽에서 다양한 블랙이 나타났다. 14세기 중반 유럽에서 전문직에 종사하는 사람들은 블랙을 입었으며 14세기 후반에는 상인, 은행원, 투자자들이 새로운 블랙스타일을 받아들였고 권위, 신성함, 정직함을 나타내고자 하였다(Pastoureau, 2009). 14세기 초반에 이탈리아에서 시작되어 점차 유럽 북쪽으로 블랙패션이 전파되었다. 당시 블랙으로 옷을 염색하는 것은 비쌌기 때문에 비싼 옷을 구매할 능력이 있는 엘리트 계층이 블랙 컬러의 의복을 향유하였다. 당시 블랙패션은 지위의 상징이었다(Steele, 2007). 15세기 이후 블랙패션은 대중에도 퍼져 일반인들도 블랙패션을 즐겼으며, 독일에서도 블랙패션을 받아들이기 시작하였다(Hollander, 1993). 15세기가 되면서 유럽은 벨벳(velvet)과 브로케이드(brocade)의 화려함을 나타내기 위하여 흑색을 사용하였다는 기록을 찾아볼 수 있다. 15세기 동안에 가장 사치스럽게 입었던 브르고뉴(Bourgogne (영) Burgundy)의 군주 Philip 2세의 의복에 대하여 “검은 우플랑드(houppelande)에 왼쪽 소매에는 금으로 만든 장미가지무늬...” 라고 기록되어 있다(곽혜선, 금기숙, 1998, 재인용).

16세기의 스페인은 세계에서 가장 강력한 국가였으며 따라서 스페인이 국제적인 패션을 주도하였다. Philip 2세의 속국인 스페인, 뉴스페인, 네덜란드, 나폴리 등에서 검은색은 관리를 비롯하여 권세 있는 남성들의 공식적인 옷이 되었다. 이전에 부르고뉴에서 일부 사람들이 입었던 검은색은 거대해진 필립 행정부에 의해 절정에 이르렀다(Harvey, 2008). 스페인 궁정이 모든 유럽의 칭송을 받는 시기인 1556년, Charles 5세의 뒤를

이은 Philip 2세 때 프랑스 국왕 Henry 2세는 스페인 패션을 모방하여 거의 항상 검정색 의상을 착용하였다는 기록이 있는데 이로써 스페인 이외의 유럽의 다른 지역에서도 흑색이 유행되었음을 알 수 있다. 그러나 16세기 흑색의상은 완전한 흑색의 사용보다는 금색과의 조화로 다분히 화려하고 귀족적인 흑색임을 알 수 있다(곽혜선, 금기숙, 1998).

17세기의 청교도들의 경우에는 종교적 이념의 영향으로 현세에서의 물질적 만족을 죄악시하고 내세 위주의 검소한 생활을 했기 때문에 자신을 드러내지 않는 어두운 색상이라는 측면에서 경건한 검정색의 의상을 주로 소박과 검소의 상징으로 착용하였다. 유럽의 국가들이 대체로 검정색을 패션으로 수용할 때마다 그 시기가 그 국가의 국제적인 영향력이 가장 큰 순간이었다는 것은 주목할 만하다(Harvey, 2017).

18세기 후반 유럽에서 구습을 타파하기 위한 프랑스, 독일 중심의 사상주의 운동인 계몽주의는 정신뿐만 아니라 일상생활에도 영향을 미쳤다. 1720년대부터 1780년대까지 프랑스, 영국, 독일에서는 검정색 옷 유행이 지속되었으며, 이탈리아와 스페인에서는 더 오래 유행하였고, 심지어 오스트리아에서는 19세기 초까지 인기가 있었다(Pastoureau, 2009). 18세기 영국에서는 프랑스에서 전파된 화려한 색상과 레이스의 영향에도 불구하고 복식의 간소화가 추진되었다. 18세기 런던은 소박한 의상의 도시로 여겨졌다. 지식인들은 검은색을 입었고 국교에 반대하는 퀘이커(Quaker) 상인들은 상징적으로 근엄한 스타일을 유지하여 갈색이나 검은색을 입었다. 미국에서도 똑같은 스타일이 유행해서 독립과 함께 1789년 워싱턴이 미국 대통령으로 취임할 때 검은색과 갈색의 미국 제조업체가 만든 모직 천으로 된 정장을 입었다(Harvey, 2008).

프랑스에서는 18세기 말까지 남성복이 여전히 화려했으나 1789년 프랑스 혁명 이후 1815년 Napoleon 1세의 제 1제정까지 30년간 복식에 있어

서 이제까지의 귀족풍이 무너지고 새로운 방향이 모색되었다. 남성을 위한 새로운 소재로 폭이 넓은 검은 모직물(broadcloth)이 남성용 겉옷에 쓰였던 실크와 벨벳을 대신하기 시작하였다. 시민혁명이 정착되어감에 따라 남성복의 간소화가 이루어지는데, 이는 판탈롱(Pantaloon)이라고 하는 직선형태의 긴 바지 착용과 검은색, 짙은 갈색 등의 색채로 나타났다(곽혜선, 금기숙, 1998).

1820년대에는 남자들이 낮에 입는 일상복에도 검은색이 유행하기 시작하였다. 1830년대 초 프록코트는 대부분 검은색이었고, 30년대 말, 특히 시원한 계절에는 낮에 입는 바지도 대부분 검은색이었다. 또한 대부분 흰색이었던 크라바트 역시 1830년대에는 검은색으로 바뀌었다. 1840년대에는 이브닝 양복 조끼에서도 검은색이나 흰색이 보편화되었다. 검은색은 어떤 색과 함께 사용되느냐에 따라 다른 가치를 표현하였다. 그러한 차이는 누구나 쉽게 인식할 수 있었기 때문에 검은색의 다양한 의미는 별다른 혼란 없이 공존할 수 있었다. 재질, 시대, 모양, 비용에 따라 검은색은 부와 능력을 상징하기도 하였으며 몰락한 상류계급을 상징하기도 하였다. 검은색은 거만한 귀족을 상징하기도 하였고 존엄을 상징하기도 하였다. 또, 성적인 쾌락을 상징하기도 했고 교회나 도덕주의를 상징하기도 하였다(Harvey, 2017).

19세기에는 검정색 옷이 포멀웨어(formal wear)로 일반적으로 사용되었다. 19세기 말 남성복은 현대적 형태를 거의 완성하였으며 영국의 댄디가 블랙을 남성복의 색채로 정착시켰다(송명희, 1997). 19세기 초에 영국에서 나타난 댄디즘(dandyism)은 당시 영국 사교계의 청년들 사이에 널리 유행하였으며, 그 후에 프랑스로 건너가 부르주아적 취미와는 다른 예술가의 자존심을 보여주는 ‘정신적 귀족주의’를 표현하였다. 댄디(dandy)는 명사로는 걸치레·멋쟁이·허세·맵시꾼이라는 뜻을 내포하고

있으며, 형용사로는 훌륭한·멋진 등을 의미한다. 오늘날 패션에서 댄디는 주로 머리부터 발끝까지 훌륭하고 말끔해 보이는 차림새를 가리키는 용어로 쓰인다. 댄디즘은 댄디에서 파생된 단어로 세련된 복장과 몸가짐으로 일반 사람에 대한 정신적 우월을 은연중에 과시하는 태도를 말한다. 댄디들은 자기 절제를 통해 스스로의 우월성을 나타내는 하나의 상징 기호로 패션을 사용하였다(김부용, 김혜경, 2016).

20세기의 블랙패션은 복식의 유형과 해석에 있어 가장 급격한 변화를 겪었으며, 대량 생산에 적합하고 기능성을 강조하는 아르데코에서 나타난 블랙은 세련되고 차가운, 현대적인 이미지를 블랙패션에 부여해주는 중요한 계기가 되었다(조규화, 이희승, 2004). 복식에 있어서 편의성과 신체적 자유가 점차 바람직한 의복의 특성으로 자리잡아가면서 검정은 기존에 검정이 가진 도덕적 훌륭함, 경제적 지불능력, 애도의 표시의 의미는 쇠퇴하였다.

1920년대는 밝은 컬러의 단순한 스포츠의류 혹은 흐릿한 색의 비즈(beads)가닥이 달린 우아한 패션이 유행이었는데 Gabrielle Chanel이 발표한 ‘리틀 블랙 드레스(little black dress)’는 여성복에서 새로운 안티패션으로 등장하며 1920년대와 1930년대 패션을 주도하였다. 미국 경제대공황기에 리틀 블랙 드레스는 푸어룩(poor look)으로 대공황기에 적합한 색으로 여겨졌다. 블랙은 진중하고, 겸손한 컬러로서 1930년대에는 매장 직원들의 일상복으로 제안되었다(Hollander, 1993). 1940년대 Christian Dior의 블랙은 여성적 향수에 대한 열망과 더불어 엄격함을 내포한 블랙이었고, Cristóbal Balenciaga가 사용한 블랙은 장례식을 연상시키는 우울한 블랙이었다고 하였다(권수희, 신혜영, 이인성, 2015). 1950년대 미국 학생과 지식인, 예술가를 중심으로 나타난 집단인 비트(Beats)족은 미국 사회생활의 단조로움, 사회 전체에 만연한 순응주의, 정치의 무

의미성, 진부한 대중문화를 경멸하였다. 남성은 수염을 길렀고, 안경을 썼으며 헤어스타일은 짧게 하였다. 대표적인 의복은 검정색 터틀넥 스웨터였고, 블랙, 회색, 카키색 데님이나 코듀로이 팬츠를 입고 맨발에 샌들을 신었다. 그들은 블랙 가죽재킷이나 블랙 웨이스트 코트를 착용하기도 하였다. 여성 역시 큰 사이즈의 블랙 스웨터에 어두운 색의 짧은 스커트와 검정색 스타킹을 신거나, 블랙 드레스를 입고, 블랙 가죽부츠를 신었다. 당시 기성세대는 이런 스타일을 전통적 생활 방식에 무례하다고 인식했지만, 비트족의 복식은 곧 자연스럽게 일상에 받아들여져 블랙 터틀넥 스웨터 같은 아이템은 점차 일반화 되었다(송명희, 조규화, 1997).

1957년 런던의 카나비 스트리트(carnaby street)를 배경으로 발생한 모즈(Mods)는 소비지향적인 노동자 계층의 자녀로 구성되었다. 카페 바나 클럽에서 소비지향적인 생활을 하였고, 이들은 낮은 지위와 업무를 거부하고 평등한 가치를 주장함으로써 여가 시설의 우아한 생활을 보장받으려 하였다. 모즈는 19세기 이래 상류 사회의 남성복을 중심으로 전승된 댄디 복식을 장난스럽게 받아들여 기존 사회에 대한 저항의 메시지로 사용하였다. 모즈는 비록 노동자계급 출신이었으나, 정신적으로는 상류 사회의 우아한 생활을 지향하였고 이를 블랙과 화이트를 통하여 효과적으로 표현하였다. 1960년대에 중반 비틀즈(The Beatles)가 모즈 스타일을 채용하면서 그들의 음악과 함께 모즈 스타일은 전세계로 파급되었다(송명희, 조규화, 1997).

록커(Rocker)는 1950년대 말 록큰롤의 인기와 함께 모즈와 비슷한 시기에 영국에서 등장하였다. 록커는 일찍 학교를 그만 둔 미숙련 노동자였으나 모즈와는 달리 소비지향적인 생활과 유행을 거부하였다. 자유로운 유랑자 남성을 표방한 그들은 현재를 위한 삶을 추구하여 인내와 강인한 육체를 자부하였고, 댄스와 록큰롤에 심취하였으며 거칠고 다듬어

지지 않은 외모를 지녔다(송명희, 조규화, 1997). 록커의 기본적인 스타일은 블랙 가죽 재킷, 검은 티셔츠나 스웨터, 검은 바지나 청바지 이외에 몸이 핏(fit)되는 타이즈 같은 바지로 구성되었다. 특히, 블랙 가죽 재킷은 반항의 상징과 동시에 실용성을 겸비한 패션 아이템이었고, 록커들은 때로는 재킷의 칼라를 세워 착용함으로써 공격적인 인상을 강조하기도 하였다(Hollander, 1993).

1960년대는 미국의 대중문화의 위력과 기성복 산업의 발달 등으로 패션은 점차 모험적이고 대중적인 것으로 변해갔다. 여성 인체 곡선에 대한 관심의 증가로 검정 레이스 속옷이 유행할 정도로 블랙이 전반적으로 유행하였으며, 이는 블랙패션의 관능미를 부각시키는 계기가 되었다(김영인 외, 2009). 1966년 Yves Saint Laurent은 벨벳과 울로 만든 여성용 텍시도 ‘르 스모킹(Le Smoking)’을 출시하였다. 르 스모킹은 남성정장을 그대로 여성복으로 만든 디자인이었다. 이런 스타일은 Yves Saint Laurent 이전 1930년대에 Joseph von Sternberg의 영화 <모로코(Morocco)>에서 Marlene Dietrich는 높이 솟은 신사모자, 연미복, 바지를 입고 등장했으며, 1933년 뉴욕의 Zuckerman and Kraus라는 회사는 이브닝웨어로 여성용 텍시도를 생산하기도 하였다. 하지만 여자들이 바지를 입는 것에 대한 반감은 여전히 높았다.

1966년 8월, 르 스모킹이 처음 대중에 소개 되었을 때 대중들의 반응은 충격이었지만, 곧 이어 선풍적인 인기를 끌었다. 르 스모킹은 검정 남성정장 안에 주름장식이 붙은 하얀 셔츠, 또는 소매 끝에만 주름이 달린 심플한 하얀 셔츠를 받쳐 입거나 커머번드(cummerbund)를 둘러 여성미를 가미하였다. 9월에는 젊은 여성층을 공략하기 위해 가격을 낮춘 또 다른 버전이 출시하였고, 이는 불티나게 팔려나갔다. 12월에는 <워싱턴 포스트(The Washington Post)>에 “르 스모킹 불꽃이 파리를 뒤덮다(Le

Rage in Paris Is Le Smoking Jacket)” 라는 머리기사가 실리기도 하였다. 1972년에는 Chanel도 하얀 오건디 블라우스와 반짝이는 금속장식을 단 검은 팬츠로 이루어진 ‘르 스모킹’ 을 출시하였다(Harvey, 2017).

1970년대 경제적 위기를 거치면서 런던의 킹스 로드(Kings’ Road)를 중심으로 영국의 청년 노동자 계급들이 좌절, 절망, 공포의 내적 심리를 충격적이고 요란스럽게 표현했던 펑크 스타일(Punk Style)은 도처에 만연한 절망을 공격적으로 과시함으로써 절망에 대처하였다. 복잡한 사회구조가 만들어낸 소외감과 무관심 속에서 관심을 끌기 위한 일탈행동으로 나타난 펑크족은 혐오스러울 정도로 파괴적이고 기괴함을 나타내었다(김영인 외, 2009). 펑크족은 검정 티셔츠, 검정 가죽 재킷, 검정 부츠, 검정 벨트, 검정 장갑을 착용하였고 젤을 발라 세운 머리로 그 에너지를 표출하였다(Harvey, 2008).

고스(Goth)는 1970년대 후반에 전통적 고딕 문학과 영화에 미학적 뿌리를 두고 이에 매료되어 자신의 스타일을 찾으며 형성된 청년 하위문화다. 그들의 의상은 지역과 음악적 취향에 따라 외양을 조금씩 달리 하지만 검은옷, 검은 머리 염색, 시대 의상과 펑크, 정교한 장신구, 남녀를 불문하고 창백한 얼굴에 질고 검은 화장을 한다는 특징이 있다(양미경, 2003). 고스는 블랙을 바탕으로 하였지만 개인 취향에 따른 자신들만의 스타일 코드를 만들어갔다. 초기의 고스 스타일은 화려하고 정교한 빅토리아시대 의상을 입는 고스와 펑크 이미지의 고스로 나뉘어졌지만 점점 다양한 스타일로 변화하였다(양미경, 2003). 빅토리아시대 의상을 입는 복고풍 스타일의 고스들은 창백한 얼굴에 질고 검은 눈화장, 핏빛 입술, 검은 머리에 복식은 블랙 의상을 고집하였는데 검은 벨벳 재킷이나 드레스, 레이스로 장식한 몸에 달라붙는 코르셋, 케이프 달린 코트, 실크 셔츠 등의 빅토리아풍을 즐겼다. 펑크 스타일의 고스는 다양한 색상의 상

의, 애니메이션 프린트나 유머러스한 프린트가 있는 티셔츠를 입고 PVC 코르셋, 미니스커트, 손가락이 없는 장갑, 독특한 헤어스타일, 과감한 피어싱으로 코디네이션의 변화를 즐겼다(안현주, 2009).

1980년대 블랙패션은 Rei KawaKubo와 Yohji Yamamoto와 같은 일본 디자이너들의 활약이 두드러지면서 여성만을 위한 아방가르드하고 비대칭적인 디자인의 블랙패션을 선보였다(권수희, 신혜영, 이인성, 2015).

1990년대를 특징짓는 미니멀리즘 패션은 단순한 실루엣에 의복의 기본 요소만을 최소한으로 표현하였으며, 주요한 색채로 블랙이 흰색과 함께 사용되었다. 1990년대에는 시스루룩이나 란제리룩을 통해 여성을 관능적으로 표현하였으며, 블랙이 다른 색상보다 피부와의 색상대비가 크기 때문에 여성의 아름다움을 관능적으로 표현하기에 적합하였으므로 블랙을 많이 사용하였다(석순화, 금기숙, 2011).

2008년에는 세계 경기침체로 인해 소비자들은 더 실용적인 패션을 추구하게 되었고, 패션의 유행주기가 짧아지면서 새로운 패션의 예상가치도 낮아지게 되었다. 이러한 상황에 적응하기 위하여 소비자들은 믹스앤매치(mix & match) 형태의 레이어드 스타일(layered style)을 추구하게 되었다. 믹스앤매치 스타일은 21세기의 빠르고 다양한 패션 트렌드를 수용함과 동시에 독특한 자아 정체성을 표현할 수 있는 방법을 제공하였고, 다양한 색채를 조화시키는 블랙의 역할은 더욱 중요해졌다(김민자 외, 2010).

이상의 내용을 종합하여 보면 블랙은 서유럽을 중심으로 처음에는 조문용 의복으로 사용되었으나, 점차 색의 활용범위가 늘어나면서 의례용 의복 뿐만 아니라 일상복에서도 나타났음을 알 수 있다. 특히나 착용자의 신분, 옷의 소재 및 착용방법에 따라 블랙 안에서도 스타일링이 나타날 수 있음을 확인하였고, 이러한 스타일링에 따른 블랙패션의 이미지도 점

차 다양해져 그 이미지가 죽음, 검소한, 위엄 있는, 고급스러운, 전문적인, 섹시한, 반항적인, 아방가르드한 이미지 등으로 나타날 수 있음을 알 수 있었다.

2. 국내에서의 블랙패션이미지의 사적변화

우리 민족의 복식에서 블랙은 의복에 자주 쓰인 색은 아니다. 오히려 한민족은 흰색에 가까운 소색(消色)을 숭상하였다는 사실을 기록을 통하여 알 수 있다. 『삼국지(三國志)』 「위서 동이전(魏書 東夷傳)」에 부여인들은 흰색 옷을 숭상하여 흰색 옷에 소매가 넓은 포와 바지를 입는다는 기록이 있다(김은경, 김영인, 2006). 삼국시대에 블랙이 의복에서 주요색으로 쓰였다는 기록을 찾기는 힘들지만, 의복에 장식을 위해 사용되고 있으며, 관모나 신발 등에 사용되었다는 것을 벽화 등을 통해 알 수 있다. 고구려 고분벽화 장천 1호분을 보면 흑색은 주로 바탕색과 무늬색을 더 강하게 부각시키는 효과를 주며 대부분 의복의 가장자리 선장식 및 문양에 많이 사용되었다(장현주, 2006). 고구려에서 바지는 남녀공용이었는데, 바지의 색상에서 자색(紫色)·적색(赤色)·적황색(赤黃色)·소색(消色)·황갈색(黃褐色)·고동색(古銅色)과 더불어 흑색(黑色)이 있다는 기록이 있다. 중국의 『북사(北史)』에는 백제의 의복은 고구려와 대략 같다고 하였다. 『당서(唐書)』에는 백제에서 왕은 소매가 큰 자색 포와 푸른 비단바지를 입고, 검은 비단으로 만든 관에 금화(金花)로 장식하며, 흰 가죽띠와 검은 가죽신을 신는다. 관원은 붉은 비단으로 옷을 짓고, 은화로 관을 장식하였으며, 서민은 붉은 빛이나 자색 옷을 입지 못한다고 하였다. 신라의복은 중국 문헌을 통해 유추하여 볼 수 있는데 『수서』와 『북사』의 「동이전(東夷傳)」 ‘신라조(新羅條)’에 의복은 대개

고구려, 백제와 같은데 복색은 소(素)를 숭상한다고 하였다.

검정은 일상복보다는 면복, 제례복, 법복, 도복, 무복 등 의례용이나 수행용 의복으로 착용되었다(석순화, 금기숙, 2012). 고려 말에는 오행(五行)사상에 의한 의복개혁이 있었는데, 이에 따라 문무백관의 모자는 청색, 옷은 검정색으로 하였으며 승려의 모자는 흑건대관(黑巾大冠)으로, 여자의 옷은 흑라(黑羅)로 하도록 하였다. 공민왕(재위 1352~1374년)은 원나라의 양식을 따라 왕의 제복인 면복(冕服)을 착용하였다(고부자, 2001). 면복(冕服)은 왕의 복식에서 면류관을 쓰는 복식을 의미하는데 면복은 결혼식, 정월 초하루의 신년 하례식, 동지, 중국 황제의 탄신일, 중국 황제의 조서나 칙서를 받을 때처럼 크고 중요한 의례행사 때 착용한 대례복(大禮服)이었으며 왕이 최고로 차려입은 성장(盛裝)이었다. 면복은 규(圭, 옥으로 만든 메모관)·면류관(冕旒冠, 머리에 쓰는 관모)·의(衣, 짧은 도포)·상(裳, 붉은색 치마)·대대(大帶, 허리띠)·중단(中單, 의와 상 안쪽에 받쳐입은 흰색의 밑받침 도포)·패(佩, 허리 양 옆으로 늘어뜨린 장식품)·수(綏, 허리 양 옆으로 늘어뜨린 장식품)·폐슬(蔽膝, 허리띠에서 앞쪽으로 늘어뜨린 덮개)·말(襪, 붉은색 비단버선)·석(葛, 붉은색 비단신발)까지 11가지를 모두 갖추는 것을 말한다. 여기서 짧은 도포인 의(衣)는 검은색에 가까운 푸른빛이었다.

문무백관(文武百官)의 최고 예복인 조복(朝服)은 앞서 살펴본 왕의 면복과 마찬가지로 홀(笏, 수첩)·양관(梁冠, 머리에 쓰는 관모)·의·상·대·중단·패·수·폐슬·말·신발의 11가지로 한다. 제복(祭服)은 제사를 지낼 때 왕의 곁에서 제사를 담당하는 관리들이 착용했는데, 조복과 색상만 다를 뿐 나머지는 비슷하였다. 조복에서는 붉은색 의(衣)를 입었으나 제복에서는 검푸른색의 의를 착용하였고, 조복용 양관은 금색으로 칠한 면적이 넓은 데 비해 제복용 양관은 금칠 부위가 적어 전체적인 색

상이 검정색이었다(박가영, 2017). 또한 검정은 심의, 학창의, 사규삼, 복전에서 보듯이 선비나 학자의 복식을 구분하는 주요색 이자 관모 종류의 색으로 사용하였다. 여성들의 복식에서 검정색은 염의(襚衣)나 소의(宵衣) 등의 예복으로 사용된 기록이 있기는 하나 자주 사용되었던 색은 아니다(석순화, 금기숙, 2011).

1493년(성종24년)에 제작된 악서인 『악학궤범(樂學軌範)』에 따르면, 조선시대 궁중 연회에서 춤과 노래를 담당한 여인인 여령(女伶)의 복식에서 검정색 의복을 찾을 수 있다. 악학궤범에 나타나는 조선 전기 여령의 복식은 크게 2종류인데, 하나는 붉은색을 주요색으로 한 단장(丹粧)차림이고 또 다른 하나는 검정색을 주요색으로 한 흑장삼(黑長衫)차림이다. 작은 규모로 행해지는 잔치인 곡연(曲宴)이나 무과시험(武科試驗), 활쏘기 구경 등에서는 흑장삼에 여러 가지 장식을 하도록 되어 있었다. 여기서 장식이란 머리에 꽂는 꽃과 비녀, 땡기, 흰색 말근, 치마, 비단허리띠, 비단신발 등을 의미하였다. 흑장삼 차림은 검정색의 포와 남색의 저고리, 허리띠로 구성되어 단장에 비해 차별한 색감을 가지고 있다. 가장 겉에 착용한 흑장삼은 검정색 비단으로 만들며 소매 끝을 걷어 올려 안감으로 사용한 남색 비단이 보이도록 하였다. 여령이 장삼을 착용한 시기는 고려시대까지 거슬러 올라가는데, 이 때에는 황색 장삼을 입었으나 황제가 평상시에 입는 상복(常服)에 사용되는 황색을 여령의 옷에 사용한다는 사실을 알게 된 중국사신의 지적으로 검은색 장삼으로 바뀌게 되었다(박가영, 2017).

이처럼 블랙은 조선후기까지 일상복보다는 의례용이나 수행용 의복에 사용되었으나, 19세기에 이르러 조선의 개항과 더불어 의복색에 점차 많이 사용되기 시작하였다. 1876년 강화도조약으로 개항을 하게 되면서 우리나라에 서양문물이 유입되었는데 이에 따라 복식도 서양화되기 시작하

였다. 개화기 제복에서 시작된 블랙패션은 남성복에서 주로 나타났다. 1884년 갑신의회개혁(甲申衣制改革)에서 관복의 간소화, 1894년 갑오의회개혁(甲午衣制改革)의 관복개정, 1895년 단발령과 서구식 군복 채택, 1899년 외교관 복장의 양복화, 1900년 문관 복장의 양복화가 바로 그것이었다. 양복화는 궁중, 정부 요인 및 상류층에서 시작되었으며 여성들은 서서히 자발적으로 받아들였다(고부자, 2001).

1884년에는 상복(常服)과 시복(時服)을 흑단령 하나로 간소화하였다. 고종은 흑단령을 착용하도록 하고 광수(廣袖)폐지를 고집하면서 그 이유를 의제의 변동은 진실로 번거로운 것을 버리고 간단하게 하려는 것에서 비롯된 것이라고 하였다(고종실록 권21, 1884년). 1895년 8월 10일에는 고종이 문관복장식(文官服裝式)을 반포하여 대례복(大禮服)과 소례복(小禮服)이 생겼으며, 흑단령(黑團領)의 소매너비로 대례복과 소례복을 구별하였다. 1897년 대한제국 성립 시에는 면복이 왕의 제복인 구류면 구장복(九旒冕 九章服)에서 중국 황제와 동격인 십이류면 십이장복(十二旒冕 十二章服)으로 바뀌었다. 관리들의 의복인 백관복(百官服)의 경우 문관(文官)은 흑단령 하나로 통일되어 소매의 넓이로 대례복과 소례복을 구별 하였으며, 공복의 각이 지고 위가 평평한 관모인 복두(幘頭)가 없어지고 둥그런 모양의 사모(紗帽)만 남았다. 무관(武官)의 복식은 문관보다 먼저 양복으로 바뀌어 1895년 군인들의 복장이 양복으로 바뀌었다. 1899년에 고종은 외교관의 복식을 서양화 하고, 문관의복규칙(文官衣服規則)을 제정하여 유럽과 미국식 관복으로 바꾸었다. 1900년에는 백관복의 단령이 양복으로 바뀌어 대례복으로는 영국의 궁중 예복을 모방했고, 소례복으로는 연미복을 착용하였다(한국 복식문화 2000년 조직위원회, 2001).

1905년 을사조약(乙巳條約)으로 정부에서는 민간에게도 의복 개량의 일환으로 백의(白衣)입기를 금하고 흑색을 권장하였다. 하지만 당시 배일

감정으로 이에 흑의 착용을 반대하는 시위가 일어났으며 백의 착용이 확산되기 시작하였다(고부자, 2001).

1910년대에는 여성 외국 유학생들의 모습에서 짧은 검정 통치마가 등장하였는데 이는 곧 국내에서도 유행하였다. 짧은 통치마는 경기여고의 전신인 한성고등여학교에서 먼저 시작하였는데, 이 시기 여자의 치마가 발목 위로 올라간다는 것은 화제가 되기 충분하였고, 세간의 주목을 받았다. 이시기엔 검정색 짧은 통치마를 입거나, 치마주름을 크게 잡아 입거나 양산이나 핸드백을 같이 드는 것이 최신 유행이었는데 이러한 유행을 선도한 것은 신학문을 배우는 여학생들이었다. 여학생들은 겨울에 검정색 두루마기를 보편적으로 입었다. 남학생들의 교복은 1910년대에 검은색 두루마기에 학교모자를 쓴 학생들의 모습이 많았으나, 1910년 후반을 기점으로 남학생들의 교복이 검은색 양복교복으로 바뀌어 가면서 이 시기를 전후하여 교복의 양복화가 이루어지기 시작하였다(금기숙 외, 2002).

양복은 1920년대에 이르러 대중에 확산되었는데, 이 시기 양복은 주로 공무원, 회사원, 교육자, 부유층 등 이른바 사회의 엘리트 계층이 먼저 착용하였다. 따라서 양복은 사회적 신분의 상징으로 인식 되었으며, 격식과 구색을 갖추어 입었다. 1920년대 남학생들의 교복도 일반인들의 양복 착용에 많은 기여를 하였다. 1920년대 교복은 대부분 양복으로 바뀌었다. 교복은 스탠드 칼라의 검정색 네루 재킷과 팬츠, 검정색 사각모자로 구성되었으며, 학교의 배지 등을 부착하여 착용자의 학교를 나타냈다. 겨울에는 방한용으로 오버코트나 망토를 입었다. 대부분 학교는 거의 같은 유형의 교복을 착용하였다. 색채는 검정색이 주로 사용되었으며, 회색을 사용한 학교도 있었다(금기숙 외, 2002). 1937년 중일전쟁과 1941년 제2차 세계대전의 발발로 우리나라에서 양복 착용은 퇴조하였다.

전쟁에 참여한 일본은 국민의 대동단결을 필요로 하게 되었고, 유사시에는 그대로 전사로 투입하여야 하였다. 이러한 상황에서 일본은 생필품 배급제를 실시하여 복식 착용을 제한했고, 우리나라 사람들에게 군복 스타일의 국민복 착용을 강요하였다. 일제는 한국인의 백의가 가진 경제적·심리적·미적 결함을 이유로 들어 국민복을 강요하였다. 따라서 사회 각계에서 염색한 옷을 입을 것을 홍보하고 관공서 단위로 복색을 단속하기도 하였으며, 백색 의복을 입은 사람들에게는 검정이나 남색 염색을 끼얹기도 하였다. 이 시기 일제는 실용적인 이유를 들어 색복(色服) 입기를 권장하였는데 여기서 색복이란 흑의(黑衣)였다. 일제의 강요에도 불구하고 오랫동안 백색을 착용하여 온 우리 민족의 습성과 염색을 해야 하는 번거로움 때문에 색복 장려운동은 실효를 거두지 못하였다(석순화, 금기숙, 2011).

6.25전쟁 이후에는 물자부족으로 인하여 미군복이나 구호물자를 염색하여 검정으로 만든 옷과 담요를 검정색으로 염색하여 만든 코트가 많았다. 미군정 초기 배급제를 통해 대중들에게 전달된 물자들은 거의 자투리 수준의 직물이거나 일제가 남긴 물품이 대부분이었다. 대중 차원에서 새로운 패션을 창출할 만한 경제적 여력이나 자원의 여유는 찾기 힘들었다. 1950년대 말부터 정부는 자원절약 차원에서 국민들의 의생활에 관여하기 시작하였다. 1955년 7월 8일 재건복이라는 옷을 의무적으로 입도록 하는 법안을 만들어 의회에서 통과시켰다. 이는 기본적으로 자원절약과 경제적 측면을 고려한 생활복이라는 의미가 있었다. 이와 같은 간편복은 1961년에 국민들에게 착용을 의무화 하였다. 하지만 국민들의 반발에 부딪혀 이러한 복장은 일반화 되는데 실패하였다(김종범, 2014).

1961년 KBS TV 개국은 본격적인 대중패션시대의 서막을 알리는 일이었다. TV는 빠른 시간에 패션 전파소로 자리 잡았는데, 드라마가 전국민

을 사로잡아 국민들에게 의상이나 유행을 직접 보고 듣게 하여 이에 보다 친숙해지며 민감해질 수 있도록 하는데 상당한 공헌을 하였다. 기존에는 근무복이나 신생활복, 교복 등으로 단순하게 나누어져 있던 의생활 패턴을 보다 다양하고 새로운 형태로 추구하려는 욕구를 가지게 되었다. 1965년부터는 <여성동아>와 <의상> 등 잡지가 창간되었다. TV나 일간지 이외에도 전문지와 잡지의 등장은 패션의 대중화에 결정적인 기여를 하게 되었다(김종범, 2014). 여성복에서 한복은 점차 예복화 되어 1960년대에는 양장이 여성들의 일상복으로 정착하였다.

1960년대 말 새롭고 자유로운 분위기는 1970년대에 들어서도 여전히 강하였다. 여성과 남성 모두 규범화된 의복의 틀에서 조금씩 벗어나려는 노력을 하였다. 양복이 보편화 되면서 다양한 직물로 양복을 만들기 시작했고, 검정색이나 검색 계열의 일률적인 정장에서 탈피하여 보다 자유스러운 색상의 의상이나 여성을 위한 테일러룩이 등장하기 시작하였다.

1960년대와 70년대는 정부주도로 경제성장을 추진하는 과정에서 개인에 대한 각종 규제가 있었다. 1960년대 중반 미국에서 시작되어 전 세계적으로 확산된 히피문화가 팝음악과 함께 우리나라에 들어오면서 장발과 미니스커트는 자유의 상징으로 여겨졌으며 청년들 사이에서 크게 유행하였다. 이에 우리나라 정부는 장발과 미니스커트를 대표적인 퇴폐풍조로 규정하고 엄중 단속하였다(행정안전부 국가기록원).

전통적으로 우리나라에서 검은색 옷이 죽음을 의미하지는 않았으나, 일제강점기 시절부터 검은색 상복 문화가 유입되기 시작하였다. 1934년 일제는 상례 간소화 정책을 반포하면서 상장(喪章)으로서 검은 리본을 달게 하였으며, 이후 서서히 검은색 옷이 상복으로 자리 잡기 시작하였다. 1969년에 박정희 정부는 「가정의례준칙(家庭儀禮準則)」을 고시하여 한복일 경우 흰색 또는 검은색, 양복은 검은색을 입고, 왼쪽 가슴에는

상장이나 흰 꽃을 달으라고 하였다(김주희, 채금석, 2016). 한국인이 가진 가장 보편적인 저승사자의 이미지는 검은 갓과 검은 도포, 하얀 얼굴과 검은 입술이라는 다소 기괴한 모습이 특징인데, 이는 전통적인 모습은 아니며 1970년대 드라마 <전설의 고향> 시리즈에서 이와 같이 형상화되면서 지금과 같은 이미지로 고정되었다. 사실 전통적인 저승사자는 전립(氈笠), 홍포(紅袍), 철추(鐵鎚)등을 갖춘 군졸의 복장으로 묘사된다(염원희, 2018).

일제강점기부터 상복은 검정색으로 점차 변화기 시작하였고, 1970년대부터는 매체에 의해 검은색이 저승사자의 색으로 인지되었는데 1970년대를 전후로 우리나라에서는 블랙패션은 죽음의 이미지도 갖게 되었다고 유추하여 볼 수 있다.

1980년대에는 의상, 상품 등에서 검은색이나 검색 계열이 집중적으로 선호되었다. 승용차, 정장, 구두 등에서 검은색과 짙은 색갈이 차지하는 비중이 컸는데 이 시기에 검은색은 권력이나 그 안에 감추어진 힘을 암시하는 색으로 인식하기 시작하였다. 1980년대 컬러 TV의 등장으로 컬러의 시대로 들어서게 되었는데, 다양한 컬러 중 검은색이 갖는 안정성과 부유함의 이미지가 권력의 속성과 맞아 떨어지면서 검은색이 패션의 중심으로 자리 잡았다.

블랙이 일상복으로 널리 사용된 것은 1980년대 이후 해외여행의 자유화, 서양문물의 유입, 대중매체의 발달로 본격화 되었다. 우리나라에서 블랙에 대한 이미지는 1980년대 일본산 가전제품, 미국산 자동차등의 수입과 더불어 고급스러움과 동시에 세련되고 최신의 이미지를 나타내게 되었으며, 1990년대에는 여성복에서 인기 있는 컬러로 떠올랐다(석순화, 금기숙, 2011). 1991년 이전에는 여성복에서 원색과 같은 밝은 컬러가 인기였으나, 그 해 가을부터 여성복에서 블랙이 여성복에서 대두되고 있음

을 신문기사를 토대로 유추하여 볼 수 있다.

한동안 자취를 감췄던 「검정」이 올가을부터 여성패션에 다시 등장, 침착하고 무게있는 분위기를 새롭게 창출해내고 있다. 원래 검정색은 멋쟁이나 패션에 크게 관심이 없는 사람들도 무난히 입을 수 있는 기본 색상. 그러나 지난 몇년간 원색을 비롯한 밝고 화려한 옷들이 여성 옷을 주도하다 보니 오히려 새롭게 느껴지는 듯한 색상이기도 하다. (김순, 1991. 9. 20. 부산일보)

1996년에는 여름색으로 여겨졌던 흰색이나, 파랑 대신 길거리에서 블랙을 입은 여성들을 많이 볼 수 있었는데 블랙이 가진 ‘섹시한’ 이미지를 연출하기 위해 블랙을 입는다는 기사를 확인 할 수 있었다.

시원해보이는 하양이나 파랑, 열대풍의 꽃무늬. 여름철이면 이런 옷을 입는 것이 패션 공식이었다. 하지만 요즘 정작 거리에 나가 보면 **많은 여성들이 약속이나 한듯 입은 옷의 색상은 검정. 이 뜨거운 한여름에 무더위보이는 검정색의 옷을 입는 이유는 무얼까.** 패션코디네이터 조인실씨는 『올여름 패션경향이 「블랙앤드화이트」, 즉 검정과 하양이 중심을 이루며 무엇보다도 검정색이 섹시해보이기 때문』이라고 분석한다. 예쁘다, 지적이다라는 것보다 **「섹시하다」를 최고의 찬사**로 생각하는 젊은 여성들이 검정옷을 통해 자신의 **관능적인 매력**을 표현하려 한다는 것 ... 가장 대표적인 것은 소매없는 단순한 디자인의 검정 미니원피스. (유인경, 1996. 7. 29. 세계일보)

1997년 외환위기 이후 우리나라에서는 경제적인 불황과 더불어 블랙이 유행하였는데, 블랙은 오염이 눈에 잘 띄지 않으며 여러 옷에 받쳐입기 좋은 활용도 높은 의복이라는 점이 경제적 관점에서 해석되기도 하였다.

여성들엔 ‘칠부스타일’ 유행. 검정색 남방, 검정색 넥타이. 약간 모자란 듯한 「칠부스타일」. 일명 **「불황패션」**으로 불리는 옷차림이 거리를 수놓고 있다. 불경기가 지속되거나 사회가 어수선한 시기에는 **블랙계열이 유행**한다는 것

이 일반적인 패션경향. 최근들어 니나리치, 피에르가르맹 등 10여개의 남성복 브랜드가 검정색 계통의 정장용 와이셔츠를 선보였다. 그레이스백화점에서는 하루 평균 30~40벌이 팔려나가고 있다. (김운덕, 1997. 5. 1. 경향신문)

1990년대 후반 샤넬, 디올 등 외국 하이엔드 패션브랜드의 국내유입이 가속화되면서 블랙이 최고급 패션의 색이라는 인식이 널리 퍼지게 되었다(김희진, 2007). 블랙패션은 여성복에서 먼저 시도되었던 것으로 유추하여 볼 수 있는데, 2001년 가을경에는 남성복에서도 블랙패션이 트렌드로 나타나고 있음을 신문기사를 통하여 알 수 있다.

이번 가을부터 거리는 ‘블랙마니아’ 들로 넘쳐날 것 같다. 올 가을·겨울 패션 트렌드가 머리부터 발끝까지 블랙으로 통일하는 ‘올 블랙 코디네이션’이기 때문이다. 특히 올 시즌의 ‘블랙패션’ 바람은 단순히 의상에 그치는 것이 아니라 장갑·구두·가방·모자 등 소품에 이르기까지 100% 블랙 룩이며 남녀를 불문한다는 것이 특징. 여성들에게 블랙은 이미 언제 어떻게 입어도 실패하지 않는 색상이라는 인식이 강했던 반면, 남성의 경우 블랙은 ‘문상용’이라는 이미지 때문에 그동안 기피돼 왔다. 때문에 국내에서 블랙 수트는 20대 등 극히 제한적으로 선호돼 왔는데, 이번 시즌에는 정장의 트렌드 컬러로까지 등장한 것이다. (양성희, 2001. 8. 25. 문화일보)

2000년대 초반부터는 블랙패션에 ‘시크한’이라는 수식어가 붙어 패션에서 블랙은 세련되고 도시적인 이미지를 갖게 되었다. 2004년에는 일본 대중문화개방에 의해 영화, 음반, 게임 부문에서 전면개방이 이루어졌다. 이때부터 우리나라에서는 우리 민족 정서와는 다른 핑크나 고스 등의 트렌드를 과감하게 수용하게 되었으며, 세계화와 더불어 우리나라에서 블랙패션에 대한 이미지는 국외에서의 블랙패션이미지와 비슷한 양상으로 나타나고 있다(안현주, 2009). 현재 패션은 세계화되어 유행이 갖는 광범위한 공간적 동시성을 큰 특징으로 하고 있다. 인터넷 발달, 스마트폰의

보급, 소셜 미디어의 확산으로 사람들은 세계각지에서 일어나는 소식을 어느 곳이나 받아볼 수 있게 되었고, 이러한 기술발달과 매체를 통하여 사람들은 누구나 자신이 원하는 스타일이나 의상을 선택할 수 있게 된 것이다. 따라서 이러한 세계화로 패션은 점차 국제적으로 통용되는 것이 되었다. 이는 달리 말하면 글로벌 스탠더드라고 볼 수 있으며, 세계가 하나의 생활권 안에 놓이게 됨에 따라 국가간 블랙패션에 대한 이미지에 대한 인식은 그 경계가 모호해지고 있다고 볼 수 있다. 또, 국가의 통제에 의한 패션이 아니라 패션을 향유하는 소비자가 스스로 옷을 고르고, 구매하고, 착용하는 자율성이 보장되었다.

국내에서의 블랙패션이미지의 사적변화를 살펴 본 결과, 국내에서 블랙패션의 이미지는 개인의 기호에 따른 의복색 선택이라기 보다는 음양오행설에 입각한 관념적인 색이미지가 우세했다는 점을 알 수 있었다. 다시 말하면 이는 의복색 선택에 있어 개인의 선호보다는 국가의 지배관념이 우선시 되었다는 것을 의미한다. 이는 음양오행설이 중국으로부터 수용된 삼국시대부터 대한제국시기까지 지속되었다. 1910년 일본의 국권피탈로 인하여 대한제국이 멸망한 이후에도 개인보다는 제도가 우선시 되었다고 볼 수 있는데 이는 일제강점기에 일본이 조선사람들 개인의 의복을 제한하는 모습으로 나타났기 때문이다. 이러한 개인의 의복선택에 국가가 개입하는 것은 1945년 일본으로부터 광복한 이후에도 계속 되었는데 이는 1950년 발발한 한국전쟁이라는 사회적인 현상과 큰 연관이 있다. 전후에는 경제적인 이유로 국민들에게 검소함을 미덕으로 삼게 하여 재건복을 제시하였던 것이다. 1970년대 중후반에는 국가차원에서 남성들을 대상으로 장발단속, 여성들을 대상으로 미니스커트 단속을 하였기 때문에 패션을 통한 개성표현에 있어서 여전히 제한이 있었다. 개인이 국가의 간섭 없이 패션을 통해 자기표현을 자유롭게 할 수 있었던 것은

1980년대 후반으로 짐작되는데 이 시기에는 문호개방을 통한 다른 나라와의 교류가 활발해졌으며 컬러TV의 보급, 패션잡지의 영향을 토대로 패션이 전국적으로 전파된 사회·문화적배경과 연관이 있다. 이 시기에는 블랙이 일상복으로 널리 쓰인 색이었는데, 우리나라에서 블랙패션은 1980년대에 이르러 국가나 제도의 제재에서 벗어나 개인의 취향과 선호에 따른 의복색 선택이 가능해진 시기라고 볼 수 있다.

국내에서 블랙패션은 관리들의 옷을 시작으로 지식인과 전문직에 종사하는 사람들이 블랙수트를 착용하게 됨으로써 권위적이고 전문적인 이미지를 갖게 되었으나, 전후 경제 불황기에는 검소한 이미지, 1980년대에는 고급스러운 이미지, 최첨단의 이미지, 1990년대 패션에서는 섹시한 이미지, 2000년대 이후에는 시크한, 세련된, 모던한 이미지 등을 갖게 되었다고 볼 수 있다. 그리고 블랙패션의 이미지는 블랙의 이미지에서 나타났던 죽음, 우울, 어둠 등과 같은 부정적인 이미지보다는 긍정적인 이미지가 지배적으로 나타난다는 것을 알 수 있었다. 블랙패션의 이미지는 시대별로 독특한 양상으로 나타났으며, 이러한 블랙패션의 이미지는 기존에 나타났던 이미지에 새로운 이미지를 더해 가는 모습을 보인다.

앞서 사적고찰 한 국외와 국내에서의 블랙패션을 이미지별로 정리하면 다음 표와 같다(표 2-1).

블랙패션이미지 (가나순)	패션	등장 시기
개성있는	믹스앤매치 스타일	2000년대 이후(전세계)
검소한, 소박한	청교도들의 패션	17세기(유럽)
	복식의 간소화	18세기(영국)
	경제대공황시기 블랙드레스	1930년대(미국)
	제2차 세계 대전시기 밀리터리룩	1940년대 (유럽, 미국, 동아시아)
	재건복	1950년대
	불황패션	1997년 외환위기 이후
관능적, 섹시한	페티쉬 패션	1960년대(미국)
	시스루룩, 란제리룩, 노출패션	1990년대(유럽, 미국, 한국)
권위, 고급스러운	버건디 Philip의 의복	15세기
	스페인 Philip 2세의 패션	16세기
	삼국시대 관모, 신발, 선장식	삼국시대
	중국의 제도를 받아들인 의례복(왕의 면복)	고려시대, 조선시대
멋진, 모던한, 세련된	댄디의 포멀웨어	19세기 영국
	Chanel의 리틀블랙드레스	1920년대(유럽)
	Yves Saint Laurent의 르 스모킹	1960년대(유럽)
	여성 한복의 예복화, 양장정착	1960년대
반항적인	록커, 비트, 모즈, 펑크, 고스족의 패션	1950년대~1970년대 (유럽, 미국)
아방가르드한	Rei Kawakubo, Yoji Yamamoto 등 일본디자이너들의 패션디자인	1980년대
죽음	조문용 블랙 토가	로마시대
	검정색 상복	1969년 이후
전문적, 지식인, 신뢰있는	유럽상인, 은행원, 공무원	14세기(유럽)
	관복개혁, 후의권장	1900년대
	여학생의 치마, 남학생들의 교복	1910년대
	공무원, 회사원, 교육자의 양복	1920년대
	공무원들의 양복	1980년대

[표 2-1] 사적고찰로 도출한 블랙패션이미지

제 3 절 추구이미지

1. 색채이미지

패션디자인요소 중 색은 매우 중요한 역할을 한다. 색은 의복의 분위기를 가장 크게 결정하며 소비자의 입장에서 가장 먼저 가시화되는 패션디자인요소이기 때문이다. 블랙패션마니아들이 추구하는 이미지를 살펴보면 있어 그 연구범위에 해당하는 블랙이라는 색의 이미지를 살펴보는 것은 매우 중요하다. 1절과 2절에서 블랙과 블랙패션의 이미지에 대하여 살펴본 결과 블랙패션의 이미지는 블랙이라는 색채이미지가 연장되고 변화되거나 새로운 형태로 나타난다는 것을 알 수 있었다. 앞서 블랙과 블랙패션의 이미지에 대하여 사적으로 고찰하였다면, 본 절에서는 형용사 이미지를 중심으로 블랙패션에 대해 고찰한 선행연구를 살펴보았다.

윤지윤, 김영인(2005)의 연구에서 블랙은 위엄·무게, 강한, 엄숙한·진중함, 고급스러운·모던함, 음산함·불길함·부정직한, 죽음, 고독·슬픔·반항적, 현대적인 이미지로 도출되었으며 권혜숙(2008)의 연구에서 블랙은 어두운, 차분한, 정적인, 지적인, 냉정한, 도시적인, 세련된 이미지로 나타났다.

블랙패션을 통해 추구하는 이미지는 블랙이라는 색이 가지고 있는 물리적 특성과 이미지와 관련이 있으며 착용자의 성별, 연령이나 신체와 같은 요인에 따라 다를 수 있다. 블랙패션을 통한 소비자들의 추구이미지에 대해 실증적으로 살펴보기에 앞서 블랙패션 선호와 이에 따른 이미지와 관련한 선행연구, 블랙패션 소재에 따른 이미지에 대한 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

이정미, 조진숙(2006)은 서울·경기지역 의상학전공 대학생 362명을 대상으로 검은색 의상 했을 때 떠오르는 단어 2개를 작성하여 검은색 의상 이미지에 대한 평가용어를 수집하고 분석하였다. 그 결과 장례·상복·저승사자·마녀·악마·드라큘라·어둡다·암흑·밤·침묵·우울·비 등의 비애성, 단아·우아·세련·화려한·드레스·파티·날씬한·품위·시크·샤넬 등의 여성성, 심플·단순·모던·도회적·지적인 등의 모던성, 경건한·엄숙한·중후한·강한 의지·권위·무거운·정장·결혼식·능력있는·행사·예복 등의 위엄성, 수녀·신부·사제·절제·조폭·킬러·정숙·답답·보디가드 등의 금욕성, 섹시·캣우먼·매혹·가죽재킷 등의 관능성 6가지로 분류하였다.

한정아(2011)는 서울·경기지역 대학생 남녀 433명을 대상으로 선호하는 색상과 본인의 코디네이션 스타일의 관련성에 대한 연구를 진행하였다. 그 결과 선호하는 색상은 남녀 모두 무채색, 한색, 중성색, 난색 순으로 나타났으며 톤에 있어서는 회색을 가미한 탁색톤에 대한 선호도가 가장 높게 나타났다고 하였다. 그리고 본인의 코디네이션 스타일이 캐주얼, 모던한, 내추럴인 경우 무채색의 선호도가 가장 높다고 밝혔다.

김여원, 최중명(2010)은 대학생 남녀 125명을 대상으로 블랙패션소재와 색채감성, 구매선호도에 대한 조사를 실시하였다. 그 결과 매티·저지·조젯의 무광택소재, 레이스·오간자·시폰의 투명소재, 벨벳·세틴·인조가죽의 광택소재들과 감성소재간 연관관성을 살펴 소재특성에 따른 색채감성을 심플·클래식, 우아함, 현대적, 위엄성 4개 요인으로 추출하였다.

이은혜(2012)는 문헌연구를 통해 검정의 감성이미지 측정도구를 개발하고, 설문으로 감성이미지 평가를 실시하여 검정의 소재특성에 따른 감성이미지와 패션스타일에 대해 연구하였다. 그 결과 검정의 감성이미지

는 권위있는, 모던한, 시크한, 세련된, 엄숙한, 지적인, 고급스러운, 현대적인, 섹시한, 남성적인, 여성적인, 단순한, 우아한, 반항적인, 우울한, 신비로운, 검소한, 아름다운, 화려한으로 도출하였다. 검정색채의 감성이미지를 평가한 결과 검정의 감성이미지에서 부정적인 이미지가 감소된 것으로 나타났으며, 검정소재의 감성이미지를 평가한 결과 기존의 검정 이미지와 연계되지 않았던 시원한, 내추럴한 등의 이미지가 도출된 것으로 보아 검정의 감성이미지가 소재에 따라 확장되는 것으로 나타났다. 또 검정의 소재특성인 광택도, 투명도, 유연성에 따라 감성이미지에 차이가 있었다는 것을 밝혔다. 검정의 소재특성에 따른 패션스타일을 분석한 결과 모든 패션스타일에서 소재에 따라 유의한 차이를 보였고, 각 패션스타일을 인식하는데 소재특성이 영향을 준다고 하였다. 그리고 검정의 감성이미지와 패션스타일이 서로 동일하거나 연계되는 감정을 나타내고 있다는 것을 밝혔다.

이상과 같이 블랙패션의 이미지에 관한 연구는 2000년대부터 현재까지 꾸준히 이루어지고 있음을 알 수 있었으며 또한 성별과 같은 인구통계학적 변수에 따라 차이가 있음을 파악할 수 있었다. 또, 소재에 따른 감성이미지가 다르며, 소재와 패션스타일간 관련성이 있다는 사실을 알 수 있었다. 이를 통하여 개인이 추구하는 이미지는 성별, 연령별, 상황에 따라 다를 수 있으며 패션디자인요소인 색, 소재, 실루엣 및 디테일에 따라 패션스타일링에 차이가 있을 수 있다. 따라서 패션스타일링에 따라 다양한 블랙패션이미지가 나타날 수 있는 것이다.

사적고찰을 토대로 고찰한 블랙의 색채이미지와 형용사 이미지를 토대로 한 블랙의 색채이미지 간에 큰 간극은 발견되지 않고 유사한 양상으로 나타났다.

블랙패션마니아들이 블랙패션을 선호하는 이유와 이를 바탕으로 추구

하는 이유를 살피기 위해서는 심리학 관점에서에서 블랙을 선호하는 이유에 대한 논의를 살펴 볼 필요가 있다.

주리아(2017)에 의하면 색의 코드와 마음의 코드가 맞을 때 특정 색에 더 끌린다고 하였다. 특정 색의 옷을 입지 않는 이유는 그 색의 느낌, 영향, 심리적인 주파수가 자신과 맞지 않기 때문이라고 하였다. 오승진(2015)은 블랙은 모든 빛을 흡수하는 색으로 감정이 나타나지 않는 대표적인 색이라고 하였다. 그는 블랙이 어둠과 공포, 죽음과 절망을 나타내며 감정이 배제된 아래로 깊이 가라앉은 색으로 깊이 침체된 기분, 자신의 감정을 상대에게 들키고 싶지 않을 때 블랙이 사용되는 경우도 있다고 하였다. 블랙은 외부로부터 압력을 차단하려는 성질이 있어 위엄과 권위를 나타내며 지배적이며 전통적이며 보수적인 사회에서 많이 사용하는 색이다. 그는 색채심리 관점에서 블랙을 좋아하는 사람은 자신을 특별한 사람으로 드러나 보이게 하고 싶어 하며 다른 사람에게 강한 이미지를 심어주고 싶어 한다고 분석하고 하였다. 블랙선호와 관련된 심리학적 해석이 블랙패션마니아에게서도 나타나는지 다음 3장에서 실증적 연구를 통해 확인하고자 하였다.

2. 추구이미지

소비자들은 의복을 통해 다양한 연출을 할 뿐 아니라 각자 추구하고자 하는 이미지를 표현하기 위해 가장 직접적인 도구로 활용한다(염인경, 김미숙, 2004). 추구이미지는 개인이 되기를 원하거나 바라는 방향을 가리키므로, 개인은 현재의 자기를 원하는 자기와 일치시키기 위해 상품이나 서비스를 소유 및 사용하게 된다. 따라서 자신이 입고 있는 옷이나 신고 있는 구두나 가지고 다니는 가방 등은 자신이 원하는 이미지를 표

현하는 수단인 동시에 자기의 가시적·비가시적 연장선으로 취급된다(김국희, 2009). 따라서 의복착용자의 추구이미지를 파악하기 위해 착용자가 입은 의복, 액세서리, 헤어 및 메이크업 등을 파악 하는 것은 매우 중요하다. 이러한 패션아이템을 바탕으로 어떠한 스타일링을 통해 자신이 추구하는 이미지를 표현하는지에 대해 알아 볼 필요가 있다.

추구이미지라는 개념은 자기이미지에서 출발한다고 볼 수 있는데 Ivan(1971)은 자기이미지를 개인이 자신을 보는 자화상이며 동시에 다른 사람들이 자기에 대해 갖고 있을 것이라 생각되는 상이라고 하였으며, 자기 이미지가 발달하면 그것을 유지하고 고양할 수 있는 방향으로 행동하는 경향이 높다고 하였다(김국희, 2009, 재인용). 정인희, 이은영(1996)은 자기이미지란 개인이 자기 자신을 지각하는 상으로서 ‘어떠어떠하다’로 표현되거나 묘사될 수 있다고 하였다. 자기이미지는 개인의 성격이나 가치관이나 생활양식 등과 연결되어 있으며, 개인의 생활양식 및 구매행동 등에 영향을 준다.

자기이미지는 다차원적으로 구성되어있는데 자기이미지의 종류는 실제적 자기이미지(actual self image), 이상적 자기이미지(ideal self-image), 면경자기이미지(looking glass self-image), 상황적 자기이미지(situational self-image)로 나눌 수 있다. 실제적 자기이미지는 스스로 현재 자신에 대해 갖고 있는 이미지를 말한다. 실제적 자기이미지는 정신적 자아(spiritual self), 신체적 자아(bodily self), 감지된 자아(felt self)등을 포함한다. 이상적 자기이미지 어떤 사람이 되고 싶어 하는 자신의 모습이다. 일반적으로 사람들은 외모를 관리할 때 실제적 자기이미지보다 이상적 자기이미지에 더 가깝게 자기 자신을 표현하려고 한다. 하나의 공통된 문화권 구성원들은 일반적으로 이상적 자기이미지에 대해 비슷한 개념을 갖는다. 면경자기이미지는 타인에게 보이는 모습으로서의 자기, 또는 타

인에게 나타내고자 하는 자기를 말한다. 개인은 자신에 대한 다른 사람의 행동 속에서 자신에 대한 개념을 발견한다. 미국의 사회학자 Cooley는 인간을 주체로서의 나(I)와 객체로서의 나(Me)로 나누어 면경자아를 설명하였다. 주체적 나는 충동적이고 창조적인 나인 반면, 객체인 나는 내 안에 내재화된 타인의 충동적인 나의 행동을 사회적 규범이나 가치에 따라 조절하는 역할을 한다. 우리의 외모가 타인에게 어떻게 비치는가를 상상하고, 우리의 외모를 타인이 어떻게 평가하는가를 상상하며, 그렇게 함으로써 긍지, 굴욕 등의 감정을 경험한다고 하였다. 마지막으로 상황적 자기이미지는 개인이 특정한 상황에서 다른 사람이 자신에 대해 가져 주기를 바라는 자기이미지다. 현대 사회에는 성별, 연령, 직업 역할에 따른 각기 다른 이미지가 있으며 한 사람이 다양한 역할을 동시에 수행한다. 따라서 현대인은 특정한 상황에 놓일 때마다 그 상황에 맞는 이미지와 일치하는 외모와 행동을 하게 된다(오경화 외, 2011).

추구이미지란 특정 상황에 놓여있을 때 개인이 되기를 원하는 혹은 다른 사람들의 눈에 비춰지기를 바라는 이미지이다. 본 연구에서는 실제적 자기 이미지뿐만 개인이 바라는 이상적 자기이미지, 면경자기이미지, 상황적 자기이미지 모두를 개인의 추구이미지로 보았다.

일반적으로 소비자들은 상품을 구입할 때 그 상품의 상징적인 가치로 인해 구매하는 경향이 있는데(배혜진, 정인희, 2006) 소비자들이 의복을 통해 추구하고자 하는 이미지를 분석하고 파악하는 것은 상품기획을 위해서도 중요하다. 추구이미지는 의복의 선호나 구매행동에도 영향을 미치므로 소비자들의 욕구를 충족시킬 수 있는 의복 제품 기획을 위해서는 의복에 대한 추구이미지 분석이 선행되어야 하기 때문이다(Bi Shou-Bo, 구인숙, 2013). 본 연구에서는 블랙패션의 오염이 눈에 잘 안 띄며, 매치가 용이함 등의 기능적이고 편의적인 측면보다는 표현적인 측면에 무게를

두고 블랙패션마니아의 추구이미지에 대해 알아보고자 한다.

따라서 다음 3장에서는 블랙패션마니아가 패션을 착용하게 된 동기가 무엇인지, 이러한 동기를 바탕으로 어떠한 패션아이템을 활용하여 자신이 추구하는 이미지를 표현하는지 구체적으로 살펴보고자 한다.

제 3 장 블랙패션마니아의 추구이미지와 표현특성

이 장에서는 블랙패션마니아를 대상으로 수집한 자료를 바탕으로 블랙패션마니아의 추구이미지 유형에 대하여 살펴보았다. 본 연구에서는 Giorgi의 현상학적 연구방법을 사용하여 자료분석을 실시하였다. Giorgi의 현상학적 연구방법은 연구자료에 대한 기술을 중시하고, 기술에 대한 심층 분석을 통해 연구대상자의 개별적인 삶 속에서 경험의 의미와 본질 구조를 밝히는데 초점을 둔다. 따라서 본 연구에서 블랙패션마니아들이 블랙패션을 통해 추구하는 이미지가 무엇인지 파악하고자 하는 연구 목적을 고려할 때 이 자료분석 방법이 적합하다고 보았기 때문이다.

Giorgi(1994)의 현상학적 연구방법의 절차는 크게 네 단계로 나눌 수 있는데 그 내용은 다음과 같다. 첫째, 연구대상자가 진술한 전체 내용에 대한 총체적인 의미를 파악하기 위해 기술한 전체 내용을 반복적으로 읽는다. 둘째, 진술내용에서 의미단위를 구분한다. 셋째, 앞서 구분한 의미단위를 대표적인 학문적 용어로 변형한다. 넷째, 변형된 의미단위를 구조로 통합한다(Creswell, 2015).

Giorgi의 자료분석방법으로 블랙패션마니아의 추구이미지에 대해 알아본 결과 블랙패션마니아의 추구이미지는 보호를 위한 강인한 이미지, 카리스마 있는 전문적 이미지, 모던한 세련된 이미지, 바디컨셔스 섹시한 이미지, 탈규범적 아방가르드 이미지, 차별화되는 개성 있는 이미지의 6가지로 분류할 수 있었다.

제 1 절 블랙패션마니아의 추구이미지 유형

1. 보호를 위한 강인한 이미지

보호를 위한 강인한 이미지를 추구하는 블랙패션마니아는 블랙패션을 통해 타인의 무시 및 만만히 여기는 태도로부터 자신을 보호하고 반항적인 이미지를 표출하기 위해 블랙패션을 활용한다. 이들이 이러한 이미지를 추구하게 된 이유는 신체적인 이유, 성격적인 이유, 사회관계적인 이유로 나타났다. 먼저, 신체적인 이유로 의복착용자가 키가 작은편에 속하거나, 성격적인 이유로는 스스로 우유부단한 성격을 가졌다고 생각하거나, 사회관계적인 이유로는 어리다는 이유로 무시를 당한 경험을 바탕으로 블랙패션을 착용하게 된 경우였다. 이 유형에 해당하는 연구참여자는 블랙패션을 통하여 자신의 신체, 성격을 보완하여 본인이 생각하는 이상적인 모습으로 보일 수 있는 스타일을 선호한다는 것을 알 수 있었다. 그 이상적인 모습은 강인한 모습으로 타인이 쉽게 다가 올 수 없는 세 보이고 만만치 않은 이미지였다.

약간 사람들이 **만만하게 안 봤으면 좋겠다**는 마음이 좀 있는 것 같아요. 제가 일단 키가 **굉장히 작고(155cm)**, 작다보니까 이거를 커버하기 위해서는 **검정색**이라는 한 가지 **컬러**가 제 몸의 면적을 많이 차지했을 때 좀 **길어 보인다고** 해야 되나? 약간 저는 그렇게 생각을 했거든요. (D, 25세 여성)

내가 성격도 좀 **우유부단한 성격**이어가지고 올블랙으로 좀 더 약간 좀 더 **세거나 강단있을 것 같은 느낌** 그런 걸 추구하기도 하지. 약간 좀 모르는 사람들한테는 뭐 소개팅이라든지 좀 **차가워 보인다**든가. 소개팅 아닌 경우에는 **싸가지 없어 보인다**. 첫인상을 좋게 받는 편은 아닌 것 같아. (I, 28세 여성)

사람들이랑 벽을 쌓는? **벽을 쌓기 위해서?** 네 ... **차가운 이미지로** 봐줬으면 좋겠어요. 한국에서 요즘 살다보니까 남들보다 **어려보이면 약간 무시하는 경향**이 있더라구요. 자기보다 어리다 그러면 무시하는 경향이 있는데 (P, 21세 남성)

보호를 위한 강인한 이미지 유형에게 블랙패션은 방패와 같은 보호구로 작용해 타인의 무시 및 만만히 여기는 태도로부터 자신을 보호하는 기능을 하는 수단으로 쓰인다. 블랙이라는 색이 가지고 있는 강인한 이미지는 주변인에게 효과적으로 전달되고 있다는 것을 알 수 있었다.

자기보호를 위해 세 보이는 이미지를 추구하게 된 것 같아요. **‘견들지마’**라는 범접할 수 없는 아우라를 나타내고 싶었어요. 근데 이게 **효과가 있나봐요**. 밝은색 (웃을) 입었을 때 보다 **검은색** 옷을 입고 있으면 확실히 저한테 **덜 다가와요**. (G, 27세 여성)

보호를 위한 강인한 이미지를 추구하는 유형의 블랙패션 표현방식은 자신의 약점을 커버하는 방식으로 나타나고 있다. 위의 연구참여자 D의 사례처럼 작은 키를 보완하기 위하여 상하의 모두 블랙으로 색을 통일하여 보다 길어 보이는 효과를 누리하고자 하였으며, 연구참여자 G의 경우 입술을 강조한 진한 화장을 하고 피어싱 착용을 통해 강렬한 이미지를 더욱 부각시키는 스타일링을 한다고 응답하였다. 이들의 표현방식은 특

정 패션아이템 선택으로 나타나기 보다는 블랙이라는 색이 가지고 있는 무거운, 센 이미지와 관련이 있음을 알 수 있었다. 이는 패션스타일링에서 블랙이라는 색만으로도 강인한 이미지를 전달할 수 있음을 의미한다고 볼 수 있다.



연구참여자D (25세, 여성)



연구참여자G (27세, 여성)

[그림3-1] 보호를 위한 강인한 이미지

2. 카리스마 있는 전문적 이미지

카리스마 있는 전문적 이미지는 위의 보호를 위한 강인한 이미지와 같이 강렬한 이미지를 추구하기는 하지만 블랙패션을 통해 자신의 전문성을 드러내고자 하는 경향이 강한 유형이다. 이들은 주로 타인으로부터 신뢰 있는 사람으로 보이고자 하며 전문적인 사람으로 보이고자 한다고 응답하였다. 이들은 패션스타일 특성 중 하나는 경조사가 아닌 날에도 수트를 주로 착용한다는 것이었다. 일상복으로 수트를 착용하게 된 동기

는 자신의 기호에 따른 개성표현을 하기 위함임과 동시에 타인으로부터 오는 이미지가 어떠한지에 대해 신경을 써서 옷을 착용하기 때문이었다. 다시 말하자면 카리스마 있는 전문적 이미지를 추구하는 블랙패션마니아는 이상적인 자기이미지와 면경자기이미지를 고려한 옷입기를 한다는 것을 알 수 있었다.

사회생활을 조금 일찍 시작하다보니까 ... 근데 약간 팬츠(수트)를 입는게 나는 내 이미지랑도 잘 어울린다고 생각을 하고 자꾸 입어버릇하니까 그런거일수도 있는데 활동성이 좋은 그런 것도 있지만 약간 더 포멀한 느낌이라고 해야 되나? 팬츠가, 나는 그렇게 생각이 들어. (N, 35세 여성)

카리스마 있어보였으면 좋겠어요. 제가 팬츠수트를 되게 좋아하는데 정장도 치마정장은 잘 안 입어요. 치마를 입으면 신경쓰이기도 하고. 아, 그리고 제가 어깨도 넓고, 직각어깨에다가 빼도 좀 큰 편이라 남성스러운 실루엣도 잘 어울리는 것 같고. 남들이 ‘멋있다’ 이렇게 얘기를 해주니까 나랑도 잘 어울리는 것 같기도 하고 그래서. (L, 31세 여성)

다음과 같은 진술은 블랙이 가진 전문적이고 세련된 인상과 수트가 시너지효과를 발휘해 의복착용자의 전문성이 더욱 돋보이도록 하며, 타인으로부터 ‘능력있는’ ‘실력있는’ 사람으로 보이길 원한다는 것을 알 수 있었다.

은연중에 중요한 자리, 엄숙한 자리는 남자들이 검정양복을 입고가는 게 있는 거거든. 그걸 우리는 좀 더 적극적으로 활용을 한달까? 좀 더 자주 일상에 적용시켜서 표현을 하는? 설득하고 그러는게 우리 일이라서. 우리는 설계를 해서 상대방을 이해시켜야 되는거거든. 근데 그 사람을 이해시키려면 실력도 있어야 되지만 그 사람의 이미지도 분명히 존재를 해야되니까. 그거를 만들어가기에는 (블랙이) 괜찮다, 효과가 있을지도 모르겠다 그런 입장이지. (Z1, 30세 남성)

이와 같은 카리스마 있는 전문적 이미지는 블랙이라는 색과 수트라는 패션아이템, 그리고 착용자의 신체특성과 관련하여 발현되고 있었다. 이 유형에 속하는 연구참여자들은 블랙수트 착용에 있어서도 자신이 이상적으로 생각하는 모습으로 보이기 위해 신체를 고려한 스타일링을 한다.

내가 체형이, 이제 몸이 크다보니까 위아래 다 헐렁하게 입지는 않아. 위를 크게 입으면 아래를 조금 붙게 입는다든지 약간 이런 식의 조합을 주려고 하고. 패턴을 조금 넣는다든지 약간의 변화를 주려고 하지. (N, 35세 여성)



연구참여자L (31세, 여성)



연구참여자Z1 (30세, 남성)

[그림3-2] 카리스마 있는 전문적 이미지

3. 모던한 세련된 이미지

모던한 세련된 이미지를 추구하는 연구참여자들은 블랙이 가지고 있는 세련되고 현대적인 느낌을 선호하여 ‘깔끔한’ 이미지로 보이기를 원한

다. 이들이 생각하는 깔끔한 이미지는 블랙이라는 색 자체가 가지고 있는 느낌, 화려한 장식을 배제하고 얇은 선, 절개 등 디테일에 작은 포인트를 준 패션아이템, 신체에서 크게 벗어나지 않는 몸에 여유롭게 잘 맞는 핏으로 표현하고 있다는 것을 알 수 있었다.

조금은 더 **깔끔한**? 그거를 찾는 것 같아요. 근래에 신경쓰는 거는. 깔끔하다는 거에 일단 **컬러**가 포함되어 있구요. 그래서 검정을 찾는, 무채색 계열을 찾는 이유이기도 하구요. 그리고 **너무 핏하거나, 너무 박시하지 않은 적당한 ... 예, 여유가 있는 기장**인 것 같아요. (Y, 28세 남성)

나는 약간 품이 큰 거는 많이 안입어. 자켓도 라인들어간 거 있잖아 여자꺼. 그런 거는 절대 안사고. 그냥 **일자로 떨어지는 그런 느낌**? 그래서 티같은것도 딱 붙는 거 잘 안 입고 **떨어지는 거** 잘 입고. 너무 작거나 커서 울고 그런 거 보다는 **그냥 딱 떨어지는 느낌**. 셔츠도 그래서 보통 들어간 라인이 있잖아 그런 거 절대 안 입고. (C, 25세 여성)

남성들은 깔끔한 이미지를 위해 ‘셔츠’에 ‘슬랙스’ 착용을 즐긴다고 응답하였다. 특히나 슬랙스는 깔끔하고 어느 정도 차려입은 느낌을 주기 때문에 활용도가 높아 자주 입는 패션아이템이라고 하였다.

업체관련 미팅같은거 할 때가 되게 많아요. 너무 자유롭다기 보다는 **조금 정돈된 느낌의 그런 스타일**? 그래서 지금 여름은 **셔츠에 슬랙스** 이정도인데 가을, 겨울때는 거의 **셔츠에 깔끔한 스타일**? (Z3, 32세 남성)

모던한 이미지를 추구하는 사람들은 ‘꾸민 듯 안 꾸민 듯한’ 것을 추구하는데 이는 블랙패션에 있어서 디테일이나 소재 등에 약간의 차별화를 두는 것이다. 이들은 소재의 변화, 실루엣의 변화, 약간의 컬러믹스 및 절개 포인트로 밋밋한 블랙에서 벗어나고자하며 차별화를 시도한다.

특히 SPA브랜드에서 나오는 ‘베이직한 아이템’에 대한 거부반응을 보이고 있었다.

디테일이나 그런 게 살짝 들어간 블랙을 좋아해요. 블랙도 약간 민무늬나 유니클로? 편하게 말하면 유니클로. 거기에 나온 블랙은 그냥 기본을 추구하잖아요. 근데 저는 포인트 들어간 블랙을 추구하는 편이에요. 유니클로 같은 민무늬 블랙만 입으면 약간 느낌이 레스토랑(종업원)같은 느낌이 있어서 아, 이건 좀 아닌 것 같더라고요.(Z4, 35세 남성)

이들은 남들이 보기에는 그냥 검은 옷일 수 있을지 모르나, 자신들은 블랙패션 스타일링에 있어 신경을 쓰고 있으며 블랙의 톤 안에서도 차이를 구별하는 섬세한 옷입기를 시도하고 있다는 것을 알 수 있었다. 이러한 섬세한 옷입기는 ‘세련된’ 것과 연관이 있었는데 연구참여자들은 약간의 변화, 혹은 차별화를 통해 보통 사람들의 블랙패션과 자신의 블랙패션을 구별하고 자신을 특별한 사람으로 생각하고 있다는 것을 알 수 있었다.

블랙도 색상이 많잖아요. 검은색을 입는데 빛에 따라서 다양한 색깔이 나오니까 그것만으로도 충분하다고 생각을 해요. 그리고 검은색으로 색상을 죽이고 절개나 이런 디테일로 더 보여질 수 있다고 생각해요. 그래서 충분히 옷이 ... 그게 더 멋있었다? (Z3, 32세 남성)

모던한 세련된 이미지를 추구하는 블랙패션마니아는 ‘장식이 과한’ ‘투머치한’ ‘부담스러운’ 패션아이템 및 패션스타일링방법에 대하여 거부감을 드러내고 있었다. 특히나 과도하게 힘을 준 스타일을 바탕으로 패션에 신경을 쓴 것이 너무 티가 나는 것에 대해 조심스러워 하고, 장식을 최대한 배제하려는 경향을 보였다. 이들에게 모던하고 세련된 이미

지는 ‘베이직’ 하거나 ‘과한’ 것이 아닌 그 사이에서 나타나는 약간의 소재, 디테일, 부자재에 의한 약간의 차별화를 통해서 발현된다.

너무 멋 부린 느낌? 나 오늘 멋 부렸어 막, 아래 위 가죽을 입고 막 위에 퍼를 입고 ‘나 오늘 되게 멋 부렸어’ 되게 이런 느낌이 나는 것 같아서 그런 건 되게 싫거든요. (O, 37세 여성)

홍대나 뭐 신사동이나 이태원이나 이렇게 돌아다니다 보면은 화려한 블랙을 만나요. 야까 말한 것처럼 막 스팅글이 달려있었다든가 ... 그러면 서로 이렇게 쳐다보죠. 서로 앤 ... 음... 그래 ... 너도 검은색을 좋아 하는데 너는 나랑 정 반대되는 ... 같은 한민족인데 막 약간 북한, 남한 이런 느낌으로 쳐다보죠. (Z4, 35세 남성)



연구참여자E (26세, 여성)



연구참여자Y (28세, 남성)

[그림3-3] 모던한 세련된 이미지

4. 바디컨셔스 섹시한 이미지

섹시한 이미지는 선행연구에서 주로 여성복에서 나타났던 미적가치였

으나 남성 블랙패션마니아들이 추구하는 이미지로 도출되었다. 이는 20대와 30대 남성과 여성에게서 ‘섹시하다’라는 뜻은 긍정의 의미로 인식되고 있다는 것으로 볼 수 있다. 섹시한 이미지를 추구하기 위해서 블랙패션마니아는 몸에 밀착되어 신체 실루엣을 강조하는 바디컨셔스(body conscious)형태의 의복으로 나타나는데, 전체적으로 상하의가 몸에 딱 붙는 스키니한 라인을 선호하는 것을 알 수 있었다. 여성의 경우 타이트한 블랙패션아이템의 착용은 착용자를 더욱 ‘날씬해’ 보이도록 하는 효과가 있기 때문에 몸에 밀착되는 실루엣을 선호한다고 응답하였다. 여성참여자들은 하체가 콤플렉스라고 응답한 사람이 많았는데 이들은 신체 콤플렉스를 커버하기 위하여 블랙이 가지고 있는 축소색의 효과와 몸에 달라붙는 형태의 실루엣을 활용하여 보다 더 슬림하여 보이도록 연출하는 패션스타일링방법으로 나타나고 있었다.

요즘에는 ... **올블랙에 스키니에 구두나 주얼리로 포인트를 주는 거기에** 꽃혔어요. 거기에 온 몸에 핏, 핏감에 딱 맞게 스키니하게. **상의도. 네.**

(Q, 22세 남성)

검정색이 몸매 보정 되는 색이라는 게 진짜 큰 메리트잖아요. 아무래도 **검은 색이 날씬해 보이니까요.** 같은 스키니라도 블랙, 화이트 다르잖아요.

(B, 23세 여성)

패션아이템은 남성의 경우 찢어진 청바지 등을 통해서 피부를 노출하거나 가죽재킷이나 가죽팬츠로 섹시한 이미지를 표현하였다는 것을 알 수 있었다.

사람들이 누군가한테 자기가 표현하고 싶은 분위기 같은 게 있잖아요. 그게

약간 저는 ... 이게 고독미라든가 퇴폐미라든가 약간 이런 분위기를 풍기고 싶어 하는 게 있었던 것 같아요. 제가 입는 게 딱 두 가지가 있어요. 지금처럼 이렇게 위아래로 슬림하게 입고 루즈한 코트 입는 거랑. 제임스딘 아세요? 제임스딘? 그런 스타일로 약간 데님 자켓. 근데 블랙으로 해서 그런 자켓. 찢어진 청바지에 그런(스타일을 주로 입어요). (Z, 29세 남성)

좀 섹시해보이고 싶다 그럴 때는 가죽으로 된 옷을 많이 챙겨요. 검은색 디스(트로이드)진에 검은색 티셔츠 입고 거기에 가죽자켓, 아니면 검은색 반팔티에 검은색 가죽자켓 이렇게 자주 입는 것 같아요. (P, 21세 남성)

여성의 경우 자신 있는 신체부위를 노출하는데, 블랙패션아이템과 피부색이 대비되어 착용자의 신체를 더욱 돋보이게 하는 효과를 통해 섹시한 이미지를 나타내고자 한다는 것을 알 수 있었다. 섹시한 이미지를 나타내기 위해서 착용하는 패션아이템으로는 허벅지 반 정도 오는 짧은 기장의 스커트, 코르셋처럼 끈 장식이 있는 패션아이템, 망사스타킹을 활용한다고 응답하였다.

우선 나는 자신 있는 신체부위가 목이란 말이야 ... 여름에는 더더욱 브이넥으로 입는단든지 겨울이라도 검은색 목폴라는 진짜 추울 때 아니면 잘 안입는 것 같아. 다 검은색으로 하면 내가 머리도 검은 편이라 새까만데 약간 목덜미? 섹시? 이런 느낌이 있으니까. 발목이랑 목 이런데는 꼭 내는 편이야.” (I, 28세 여성)

몸에 완전 딱 붙고 짧고 ... 어, 딱 봐도 불편해 보이는 섹시함을 강조한 블랙? 몸에 딱 붙는 거. 짧고 뭐 이런 거. (H, 27세 여성)

까만 짧은 바지에 까만 스타킹 입고 그 좀 누디한 까만 스타킹 있잖아요? 약간 비치는 검은 스타킹에 약간 크롭이거나 아예 배를 덮는 그 막 런(상의). 음 ... 까만색 가죽치마에 막 이렇게 브이넥 완전 쪽 파졌는데 줄 막, 그 어떻게 표현해야 돼? 그 가슴쪽에 줄, 운동화 줄 페맨 것처럼 그런 옷. (K, 30세 여성)



연구참여자I(28세, 여성)의 노출패션



연구참여자Q(22세, 남성)의
바디컨셔스 패션스타일

[그림3-4] 바디컨셔스 섹시한 이미지

5. 탈규범적 아방가르드한 이미지

탈규범적 아방가르드한 이미지는 기존의 복식규범을 깨뜨리는 형태로 나타나는데 다시 말하면 아방가르드한 이미지를 추구하는 블랙패션마니아는 코드 브레이커(code breaker)의 역할을 한다. 아방가르드한 이미지는 성 이분법적인 옷입기에서 탈피하기, 전형적인 아이템 착장방법에서의 변화, 각기 다른 소재를 믹스앤매치한 스타일링, 시간(time)·장소(place)·때(occasion)을 고려하지 않은 TPO를 무시한 옷입기 등으로 나타났다.

성 이분법적인 옷입기에서 탈피하는 모습은 여성의 남성복 착용, 유니섹스 의복 착용으로 나타났다. 남성복으로 출시된 옷을 착용한다고 응답한 여성들은 자신의 성격이 털털하기 때문에 여성스러운 스타일과는 거리가 멀다고 응답하였으며, 중성적 이미지를 추구한다고 응답하였다. 이

는 여성적이지도, 남성적이지도 않은 색이며 성별구별이 안되는 중립적인 색으로 블랙을 받아들임으로서, 자신이 원하는 이미지를 표현하는데 블랙을 적합한 색이라고 여기고 있다고 볼 수 있다.

보이시한 스타일을 많이 입어요. 셔츠, 티셔츠에 ... 치마는 거의 안 입고. 바지는 옛날에는 좀 붙는 거 입었으면 요즘에는 좀 와이드 한 것? 아니면 유니섹스라든가 정장바지나 그런 것들 티셔츠랑 같이 입고. 그런 식으로 깔끔하게 나오는 것. (A, 22세 여성)

그런 타임을 별로 안 좋아하는 것 같아. 뭔가 여성스러운 느낌 그런거. 그래서 약간 중성적인걸 좋아한다고 해야되나? 향수도 중성적인걸 좋아하고, 옷도 남자티셔츠 같은 거 좋아하고 뭐. 그리고 여자 라인 들어간거는 잘 안 입어. 그리고 동생도 남동생이니까 그래갖고 동생이랑 옷 같이입고 내가. 동생 셔츠 내가 입고 막. (C, 25세 여성)

착장법에서의 변화는 전통적인 의복 착장방법에서 벗어나 본인의 취향에 맞게 옷을 입는 것을 의미한다. 이는 자신의 개성을 드러냄과 동시에 기존의 복식규범을 깨뜨리면서 남들과는 다른 자기의 차별성을 드러내고자 하는 의도라고 볼 수 있다.

제가 실루엣이나 소재에 점점 관심이 많아져가지고 ... 실루엣을 다양하게 입어보려고 하고, 자켓같은 거를 안에 먼저 입고 그 위에 뭐 입고 그런 식으로. 네, 자켓 입고 그 위에 맨투맨을 입고. (R, 22세 남성)

다양한 소재를 믹스앤매치하여 블랙패션에서도 다양한 블랙을 레이어드하여 아방가르드한 이미지를 추구한다는 것을 알 수 있었다. 여기서 블랙패션마니아들은 소재에 따라 블랙의 톤이 다르고 느낌이 다르다는 사실을 인지하고 있었으며, 의식적으로 블랙의 톤 안에서 다양한 느낌을 나타내기 위해 노력하여 옷을 입는다는 사실을 알 수 있었다. 다양한 소

재를 조합한 스타일링은 단조로운 블랙패션에 재미를 줌과 동시의 자기 개성을 표현하고, 자신의 패션센스를 드러내기 위한 것이라는 점을 알 수 있었다.

입을 때도 니트, 니트, 니트 이렇게는 안 입어요. 그렇게 입으면 너무 (몸이) 부어 보이고 재미가 없잖아요. 위아래로 쉬폰, 쉬폰 이렇게 입는 것도 안 예쁜 것 같아요. 너무 똑같은 소재라 밋밋해서 재미가 없는 것 같아서. (B, 23세 여성)

소재의 질감에 따라서도 블랙이 다양하잖아요. 같은 컬러라고 해도 그 블랙 안에서도 다 다른 소재 질감이 나눠져 있을 때 또 다른 구조감 같은게 생기니까. 그래서 약간 다른 질감이 보여질 때 인제 어떻게 보면 컬러는 통일성이 있는데, 질감으로 그것을 구분시켜주는 그런 거를 좋아해가지고. 다른 소재를 경험해보고 싶고. 한, 두 가지 소재만 있으면은 재미가 없으니까. (V, 26세 남성)

탈규범적 아방가르드한 이미지를 추구하는 연구참여자들은 TPO에 구애받지 않는 옷입기를 한다는 것을 알 수 있었다. 복식규범을 고려하기보다는 자신의 취향고수 및 자기표현에 집중하는데 이러한 행동은 TPO 브레이커의 역할을 하게 된다.

내가 제일 느끼는 게 주변 사람들이 다 TPO에 따라서 옷을 입는다는 거야. 결혼식에 어떤 옷을 입어야 한다가거나, 여행할 때 어떤 옷을 입어야 하는지 다 신경을 쓰더라구. 근데 나는 그냥 내가 마음에 들면 돼. 내가 이쁘다고 생각하면 (TPO에 따르지 않고)입는 거야. 내가 디자인을 배우니까 (상황에 구애받지 않고) 오히려 내가 입고 싶은걸 입어야 된다고 생각해. (U, 26세 남성)

저는 어딜 가든지 대부분 비슷하게 입으려고 해요 최대한. 만약에 거기(복식규범)에 맞춰서 입고 간다고 해야 한다고 하면 내가 아닌 것 같은 느낌이 들어요.
(W, 27세 남성)



연구참여자A(22세, 여성)의
보이시한 블랙패션이미지



TPO 브레이커인
연구참여자W(27세, 남성)

[그림3-5] 탈규범적 아방가르드한 이미지

6. 차별화되는 개성 있는 이미지

차별화되는 개성 있는 이미지를 추구하는 유형은 어떤 특정한 이미지를 추구하기 보다는 자기 자신을 그대로 나타내고자 하는 것을 말한다. 이 유형에 해당하는 연구참여자는 자신을 패션 하는 사람, 디자이너 같은 사람, 예술 하는 사람, 자기 사상이 뚜렷한 사람으로 보이고자 한다고 응답하였다. 차별화되는 개성 있는 이미지는 타자와는 구별되는 유일무이한 자신을 표현하고자 하는 것이며 일반 대중들과 자신의 패션 간에 차이를 두고자 하는 특징을 보인다. 이 유형에 해당하는 블랙패션마니아는 매일 다른 스타일로 옷을 입으려고 노력하거나, 숏컷트를 하고 여성스러운 드레스를 입는 등 이질적인 이미지를 추구하거나, 삭발을 하는

등 다른 사람들과 다른 자신의 유일무이한 아이덴티티를 드러내는데 블랙패션을 활용한다는 것을 알 수 있었다.

딱 디자이너같이 보였으면 하는데 ... 그러니까 뭔가 새로워 보이는 그런거? 참신한 스타일을 찾으려고 해요. 같은 것만 입는게 아니라 계속 다르게 입으려고 바뀌서 입으려고 하고.(V, 26세 남성)

그리고 제 스타일도 좀 그렇지 않나요? 머리도 없고 눈썹도 없고. 모델 일을 하다보니까 최대한 저한테 맞는 ... 제 개성을 드러낼 수 있는 스타일을 찾다보니깐 눈썹도 한번 ‘지금 아니면 언제 밀어보겠어’ 하는 생각으로 밀어봤고.(T, 24세 남성)

이은혜(2012)는 소재에 따라 기존의 블랙에서 확장된 새로운 블랙의 이미지가 도출될 수 있다고 밝혔다. 블랙패션마니아들의 응답을 통해서 비단 소재에서 뿐만 아니라 소재를 바탕으로 제작된 패션아이템, 또 이러한 패션아이템 착장방법, 의복착용자의 이미지 및 신체여건에 따라서 새로운 블랙패션스타일이 나타날 수 있으며 이러한 스타일에 따른 이미지가 다양하게 도출될 수 있다는 것을 확인할 수 있었다.

차별화되는 개성있는 이미지를 추구하는 유형에서는 워크웨어(work wear), 다크웨어(dark wear), 테크웨어(tech wear)를 토대로 한 패션스타일이 나타나고 있었다. 워크웨어란 작업복, 사무복에서 힌트를 얻은 디자인의 옷으로 청바지, 헐렁한 형태로 입기 편한 재킷인 점퍼(jumper), 상의와 팬츠가 하나로 이어진 작업복인 커퍼올즈(coveralls) 등 아이템을 대표로 하는 스타일로 일종의 스포티브 룩이라고 할 수 있다(패션전문자료사전, 1997). 다크웨어는 상의와 하의 모두 블랙을 특징으로 하면서 아방가르드하며 실험적인 디자인을 갖추고 있는 스타일을 의미한다(패션디자이너 김규식 블로그, 2016). 테크웨어는 기술(Technology)과 옷(Wear)

의 합성어로, 기존 아웃도어 브랜드에서 사용하던 기능성 소재를 기반으로 일상에서도 자유롭게 착용할 수 있도록 디자인을 재해석한 어번 아웃도어 스타일을 말한다. 활동성에 초점을 둔 옷이기 때문에 겉으로 나타나는 색감, 디자인과 같은 패션적인 특징보다 옷의 본질적 기능에 초점을 둔 아이템이 중요하다. 이에 따라 주로 블랙 컬러 아이템으로 제안되며, 많은 수납공간과 기능성 디테일이 부착된 것이 특징이다(삼성디자인넷, 2018).

블랙패션마니아의 블랙패션에서는 워크웨어, 다크웨어, 테크웨어는 각각 나타나기도 하였으나, 워크웨어와 다크웨어 스타일을 융합한 스타일로 자기의 개성을 표현하는 모습으로 나타나기도 한다. 이는 기존 스타일을 자기만의 방식으로 조합하여 새로운 블랙패션을 창조하는 것이며, 이렇게 나타난 블랙패션은 블랙패션의 범위를 점차 확대하는 역할을 한다.

테크웨어라고 주렁주렁 달려가지고 ... 그게 일단 저를 제일 잘 나타내고, 주변에서 절 알아보는 경우가 ‘저 사람 이제 저 옷 때문에 유명해졌다’ 그런 게 있어서. 테크웨어라는 게 저를 제일 잘 나타내는 것 같아요. (T, 24세 남성)

워크웨어, 다크웨어 두 가지 다 좋아하는데 워크웨어가 약간은 ... 약간은 색상이 이제 브라운 계열도 있고, 컬러가 있잖아요. 데님쪽도 있고. 그런 워크웨어 말고 좀 더 차분한 컬러의 워크웨어 ... 그니까 (제 스타일은)그 중간에 있는 것 같아요. 다크웨어 뭐, 릭 오웬스 그런 쪽 다크웨어는 잘 안좋아하고, 워크웨어도 좀 정통 워크웨어도 안 좋아하고. 이 중간 정도의 블랙계열의 워크웨어 정도? 블랙 컬러의, 좀 어두운 워크웨어? (Y, 28세 남성)

블랙패션아이템의 스타일링방법에 따라 다음 사례와 같이 기존의 블랙패션이미지로 도출되지 않았던 새로운 블랙패션이미지가 나타나기도 한

다는 것을 알 수 있었다. 블랙패션마니아의 취향에 따른 차별적인 아이템 선택으로 기존에는 분홍색이나 노란색의 이미지로 나타났던 ‘귀여운’ ‘발랄한’ 이미지가 블랙패션을 통해서도 나타날 수 있음을 확인하였다. 이는 블랙이라는 색 뿐만 아니라 소재 믹스앤매치, 단추·지퍼·프릴장식 등의 부자재, 절개·트임 등의 디테일에 따라 블랙패션의 이미지가 확장되어 나타날 수 있다는 점을 의미한다. 따라서 색, 패션아이템 그리고 착용자의 헤어스타일이나 메이크업의 조합으로 전체적인 블랙패션이미지가 형성되는데 이러한 색, 의복, 착용자의 특성에 따라 다양한 블랙패션이미지가 형성될 수 있다는 것을 알 수 있었다.

블랙이 하나의 색이지만 다양한 아이템이나 소재로 다양한 스타일링을 시도할 수 있거든요. 그래서 개성을 나타낼 수도 있는 것 같아요. 저는 사람들이 발랄하고 예쁘다...? 그런 이미지로 봐 주는 것 같아요. (B, 23세 여성)

또 브랜드 선호에 따라 브랜드이미지와 자기이미지를 부분적으로 동일시하여 특정 패션브랜드에 대한 충성도가 높은 연구참여자도 있었다. 블랙패션마니아들이 선호한다고 응답한 브랜드로는 Yohji Yamamoto, Rick Owens, Comme des Garçons, Juun.J가 있었다. 하지만 이는 브랜드 이미지의 완전동일시가 아닌 자기가 추구하는 이미지를 위해 브랜드 이미지를 활용하는 형태로 나타나고 있었으며, 블랙패션마니아는 자기가 선호하는 브랜드를 무조건 수용하는 것이 아니라 특정 브랜드를 선호하기는 하지만 액세서리 착용, 레이어드 착장방법 등으로 자신만의 차별성을 드러내려고 하며 개성을 표현하고 있었다.

나를 표현하기 위해서 블랙을 선택한거지, 까만색이 좋아서 블랙을 입는 건 아니라고 얘기하고 싶었어요. 나를 표현하기에 가장 적합한 색깔이 블랙인거지 ... 항상 나만의 룩모델을 두고 있었던 것 같아요. 그런 스타일로 항상 입으려고

했었던 것 같아요. 그 안에서도 나한테 맞는 스타일을 찾으려고 했던 것 같아요. 그 안에서도 방향성을 찾았어요. 최종적으로 나랑 이렇게 ... 요지 야마모토 ... 지금 제일 많이 영향을 받고 있고. 제일 멋있다고 생각하는 디자이너 중 한 명이에요. (W, 27세 남성)

요지야마모토가 일본의 약간 그런 아방가르드함을 추구하는 스타일의 사람이면 저는 약간 유럽형? 약간 Juun.J 느낌? 오버한 안에서? 근데 그 사람이 오버한 아우터를 만든다고 해서 안에까지 막 요지야마모토처럼 그렇게 만들지는 않거든요. 그냥 세련되게. 깔끔하게 떨어지면서 그냥 핏만 오버사이즈인거죠. 네, 그런 류의 블랙을 선호해요 착장은. (Z4, 35세 남성)

또, 시장에서 자신이 원하는 패션아이템을 찾을 수 없는 경우 기성복을 리폼하기도 하며, 자신이 입고 싶은 옷을 제작하기 위해 자신의 브랜드를 설립하는 등 주체적인 모습을 보이는 블랙패션마니아도 있었다. 이는 자신의 개성표현을 위해 패션아이템을 직접 제작하는 것으로 이를 통해 블랙패션마니아는 자신만의 독창적인 패션아이템을 창조하는 능동적인 창조자의 모습을 보인다는 것을 알 수 있었다. 또, 이렇게 제작된 패션아이템은 희소성을 가지며 대중들의 패션과 구별되는 차별성을 지니게 된다. 이러한 차별성은 개인의 취향과 관련하여 다양한 양상으로 나타나는데 이렇게 다양화된 차별성을 바탕으로 블랙패션은 점점 더 확장되는 것을 알 수 있었다.

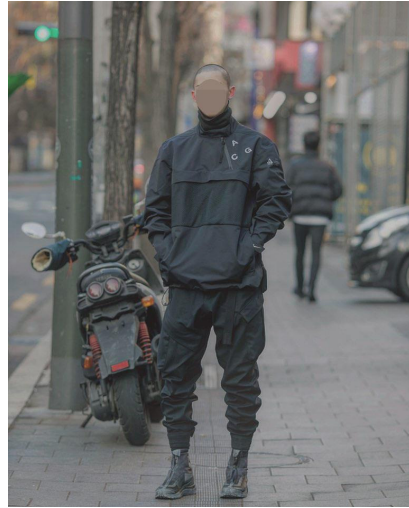
제가 ... 유행을 좀 혐오해요. 우리나라 막 다 따라하고, 똑같이 입고. 유행하고 개나 소나 차고, 개나 소나 입는 걸 혐오하거든요, 제일 싫어하거든요. 그래가지고 그거랑 좀 차별화를 두고 싶어 하기도 하고. 사람들이 저랑 똑같은걸 갖고 있다고 하더라도 차별화를 두고 싶어가지고 좀 연구를 했거든요 저 스스로. 옷이나 머리카나 이런 거. 바지도 제가 만든거거든요. 이런 식으로 그냥.

(Q, 22세 남성)

손은 보통 이런 걸 좋아해서 ... 이런 핑거 홀 있는 것. 저는 보통 이런 걸 좋아해요. **제가 직접 입고 싶은 옷을 입고 싶어서 ...** 그래서 (개인 브랜드를) 시작한 거라서. (시중에 있는 옷들로는) **충족이 안돼요.** 왜냐면은 다크웨어 ... 릭 오웬스는 솔직히 너무 ... 뭐라 해야 되지? 제 기준에서는 약간 너무 과한 느낌? 그 쪽, 뭐 어떻게 보면은 다크웨어 좋아하는 사람들한테는 정석일 수도 있는데 너무 과한 느낌이기도 하고, 그리고 가격면에서도 너무 비싸니까. (X, 27세 남성)



연구참여자B(23세, 여성)의
귀엽고 발랄한 블랙패션이미지



연구참여자T(24세, 남성)의 테크웨어

[그림3-6] 차별화되는 개성 있는 이미지

제 2 절 블랙패션마니아의 추구이미지와 표현특성

블랙패션마니아의 추구이미지는 보호를 위한 강인한 이미지, 카리스마 있는 전문적 이미지, 모던한 세련된 이미지, 바디컨셔스 섹시한 이미지, 탈규범적 아방가르드 이미지, 차별화되는 개성있는 이미지의 6가지로 나

타났다. 이 여섯 가지 추구이미지는 각 이미지별로 단독적으로 나타나기도 하지만 동시에 두 가지 이상 나타날 수 있으며, 추구이미지는 고정된 것이 아니라 상황에 따라 달라 질 수 있다. 블랙패션마니아들이 추구하는 이미지는 그들의 신체적 특성, 외모, 직업, 성별에 따라 다양한 양상으로 나타나고 있었지만 모두 ‘멋있어 보이기 위해’ 블랙패션을 추구한다는 공통점이 있었다. 이들에게 블랙패션은 꾸밈 줄 아는 · 신경 쓴 · 세련된 · 멋진 이미지를 위한 수단으로 활용되는 것임을 알 수 있었다. 특히 자신이 원하는 이미지가 블랙으로 잘 표현된다고 판단할 때 블랙패션을 통하여 자신을 표현하였다는 것을 알 수 있었다. 또, 블랙의 색채 이미지와 자신의 이미지를 동일시하여 블랙을 선호하기도 하는데 여기서 블랙은 자기이미지색이 되어 블랙패션마니아의 성격을 대변하는 역할을 한다는 것을 알 수 있었다. 반면, 유채색이 가지고 있는 색채이미지로 자신을 드러내는 것에 대한 거부감이 있음을 알 수 있었다. 오승진(2015)의 분석처럼 블랙패션마니아는 감정이 배제된 컬러인 블랙을 활용하여 자신의 기분이나 감정을 상대에게 들키고 싶어 하지 않으며, 자신을 특별한 사람으로 드러나 보이게 하고자 한다는 것을 알 수 있었다. 그리고 특별한 사람으로 드러내고자 하는 차별화를 통하여 다른 사람에게 강한 이미지를 심어주고 싶어 한다는 것을 확인할 수 있었다.

제 생각에는 **그 블랙이 기본 능력치가 높아요.** 예를 들어서 말이 이상한데, 축구로 따지면 박지성이 우리나라에 있으면요 박지성이가 컨디션이 좋든, 나쁜데 일단 박지성이 경기에 나가면 어느 정도 경기를 해줄 수 있겠다 이런 **기대치가** 있잖아요. 기본 능력치가 있는 것처럼. 그러니까 **블랙이 어떤 스타일링을 해도 기본적으로 블랙이 들어가 있으면은 그 스타일 완성도가 어느 정도 보장이 되는 느낌이에요.** 그 우리나라 축구에서 (박지성이) 뭘 때 믿음이 가는 것처럼. 하하하. 무슨 말인지 아시죠? (Z2, 31세 남성)

(블랙이랑) 내 성격이랑 잘 어울리는 것 같아. 그거 있잖아 예를 들면, 빨간색 보면 열정이 있는 사람, 노란색 좋아하는 사람은 스마트한 사람 뭐, 그 짙은 블루를 좋아하는 사람은 약간 감성적이고 ... 내가 어렸을 때 봤던 책에서 ... 그래서 나를 대변할 수 있는 색상이 뭐냐 싶었는데 그 중에서도 여러 가지가 있잖아. 그 조용한 거 좋아하고 ... 그래서 좀 ... 설명하기 어려운데 살짝 지루한? 그리고 사람들이랑 친해지지 않으려는, 관심 받고 싶지 않고, 일도 남의 일이라서 별 상관없을 것 같고. 예를 들면 길에서 본다면 냉정한? 그런 것 같아. 그게 블랙으로 잘 표현이 돼. 아, 그리고 신비한 이미지였으면 좋겠어. 다른 사람에게 나를 들키는 것은 싫어. (U, 26세 남성)

검은색 옷을 입었을 때 그냥 ... 뭐라고 해야 되지? 아무 기복이 없는? 다른 색을 입으면은 옷에, 매일 같은 색을 입을 수 없으니까 색에 따라 사람이 달라 보일 수 있는데 검은색만 입다 보니까 그런 건 없다고 하더라고요. 저도 그렇게 보이려고 시도를 하는 편이기도하고. 그런 것 같아요. 어떻게 말해야 되지? 색에 휘둘리지 않는 그런 게 좋다? (S, 23세 남성)

블랙패션마니아들은 비비드한 톤, 파스텔톤의 컬러에 대해 큰 거부반응을 보였는데 이들은 블랙이 아닌 밝은 톤의 유채색 옷을 입었을 때 부담스럽다, 자신이 아닌 것 같다, 어색하고 불편하다는 응답 하였다. 반대로 블랙컬러 옷을 입었을 때는 본연의 자신을 찾은 것 같고, 심리적으로 편하다고 응답하였다.

(색깔 있는 옷을 입고 외출했을 때) 막 약간 아, 숨고 싶다 이런 느낌. 집 가서 다시 입고오고 싶다. 이런 적도 되게 많아요. 색깔 있는 옷을 입고 나왔는데 너무 별로면 (챙겨 나왔던 검은색 티셔츠로) 갈아입고, 바지도 갈아입고 ... 근데 저 스스로 까만 걸 입었을 때 마음이, 심적으로 긴장 안 되고 편한 게 확실히 있으니까. (D, 25세 여성)

저런 컬러풀한 옷들을 보면은 예쁘다고는 생각을 하는데 그냥 제 생각에는 좀 과하다, 좀 약간 부담스럽다? 근데 블랙이나 이런 무채색류의 계열을 보면 막 마음의 평화가 찾아와요, 네. 안정되어보이고 그런 것 때문에 저는 성격상, 제

가 막 **컬러풀한 것을 입고 나가면은 좀 불안해요.** 막 계속 불안하고 그런 게 있더라구요. 그래서 당장 집에 들어가서 갈아입고 싶고. 아, 바지였나? 어쩔 수 없이 (컬러풀한 바지를)입은 적이 있어요. 집에 세탁이 안 되어 갖고 어쩔 수 없어서 입고 나왔는데 (외출하는 길에)백화점에 가서 검은색으로 사서 다시 (갈아)입고 왔어요. 그럴 정도로 불안감이 있어요. (Z4, 35세 남성)

이는 주리애(2017)의 분석에서처럼 컬러의 코드와 마음의 코드가 맞을 때 특정 색을 더 선호한다는 점을 확인할 수 있었다. 블랙패션마니아들이 블랙패션을 선호하는 이유는 단순히 색 취향에 국한된 것이라기보다는 블랙패션마니아들의 정신과 감정 같은 의복착용자의 심리적 요인이 동시에 함께 작용하기 때문인 것이다.

본 절에서는 앞서 1절에서 살펴 본 블랙패션마니아의 추구이미지 유형에 따른 표현특성에 대하여 논의하였다. 블랙패션마니아의 추구이미지는 블랙패션이 갖고 있는 이미지를 목적으로 하는지, 블랙패션이 갖고 있는 이미지를 도구하는지에 따라 분류할 수 있다.

전자인 블랙패션의 목적화는 블랙패션을 통해서 블랙패션이 가지고 있는 이미지를 나타내고자 하는 것이다. 블랙패션 착용동기가 블랙 혹은 블랙패션이 가지고 있는 이미지를 나타내기 위한 것으로 선행연구에서 고찰한 블랙 및 블랙패션의 이미지와 연관성이 있는 것을 의미한다. 이 유형에 해당하는 연구참여자들은 블랙과 블랙패션이 자신과 연관성이 있다고 생각하고 있었다. 달리 말하면 블랙이 가지고 있는 의미나 이미지를 자신의 이미지와 동일시하거나, 이러한 동일시를 바탕으로 자신이 추구하는 이미지를 나타내고자 하는 경향이 강하게 나타나는 것이다. 이들은 자신의 신체, 성격, 대인관계 및 패션스타일에서 자신이 이상적으로 생각하는 모습을 나타내고자 블랙패션을 활용한다. 신체의 경우 자신의 신체적 결함을 감추고 이를 보완하기 위한 수단으로 블랙이라는 색을 사

용하며, 성격의 경우 블랙을 통해 자신의 성격을 그대로 드러내고자 하는 경우와 자신의 성격과 반대되는 이미지를 나타내기 위해 블랙을 활용하는 경우로 나타나고 있었다. 대인관계의 경우 상대방이 보는 자신의 모습을 고려하여 자기표현욕구와 타인의 시선을 의식 간에 합의점을 찾아 블랙패션을 스타일링을 하는 경우로 나타났다. 이러한 특징은 카리스마 있는 전문적 이미지를 추구하는 블랙패션마니아에게서 강하게 드러나고 있었다.

후자인 블랙패션의 도구화는 블랙패션을 수단이나 도구로 활용하는 유형이다. 블랙패션을 추구하는 이유가 블랙패션이 가지고 있는 이미지를 추구한다기보다는 자신을 표현하기 위한 하나의 수단으로 블랙패션을 활용하는 것을 의미한다. 이는 차별화되는 개성 있는 이미지를 추구하는 유형에서 강하게 드러났는데 이 유형에 해당하는 연구참여자는 블랙의 의미와 자신의 성격 또는 이미지를 동일시하기 보다는 자신과 블랙패션을 분리하고 있었다. 다시 말하면 옷은 옷이고, 자신은 자신인 것이다. 이 유형에 해당하는 사람은 자신을 특별한 존재로 여기고 있으며 이들에게 블랙패션은 자신 자체라기보다는 자기를 표현하는 하나의 수단인 것이다. 개성 있는 이미지를 추구하는 유형에서는 선행연구에서 나타나지 않았던 테크웨어 등의 새로운 패션스타일이 나타나고 있었으며, 발랄하고 귀여운 등의 새로운 블랙패션의 이미지가 나타났다.

위의 내용을 종합하여 블랙패션마니아의 추구이미지에 따라서 착용동기와 표현방식을 표로 정리하면 다음 (표 3-1)과 같다.

이미지 항목	보호를 위한 강인한 이미지	카리스마 있는 전문적 이미지	모던한 세련된 이미지	바디퀵서스 섹시한 이미지	탈규범적 아방가르드한 이미지	차별화되는 개성 있는 이미지
착용 동기	타인의 무시로부터 자신을 보호하고 반 항적 이미지 표출	능력 있는, 실력 있 는 사람으로 보이고 자 함	꾸민 듯 안 꾸민 듯 한 깔끔한 이미지로 보이고자 함	섹시하고 관능적인 이미지 표출	코드브레이크의 모 습을 보이고자 함	자기 자신의 독특한 개성을 표출
	타이트한, 여유 있 는, 오버사이즈의 핏	몸에 여윌게 잘 맞는 핏	몸에 여윌게 잘 맞는 핏	타이트한 핏, 여성의 경우 짧은 기장의 상하의	오버사이즈의 상하 의	타이트한, 여유있는, 오버사이즈의 핏
실루엣	올, 코튼, 폴리에스 테르	몸에 여윌게 잘 맞는 핏	몸에 여윌게 잘 맞는 핏	가죽, 망사 등	믹스엔매치	믹스엔매치
소재	올, 코튼, 폴리에스 테르	몸에 여윌게 잘 맞는 핏	몸에 여윌게 잘 맞는 핏	가죽, 망사 등	믹스엔매치	믹스엔매치
디테일	절개, 퀵포인트	여성의 경우 허리라 인이 들어간 재킷	얇은 실크, 절개	절개, 찢어진 디테일	절개, 패턴변형	절개, 트임, 포켓장 식 등
패션 아이템	오버사이즈 코트, 가 죽재킷, 데님재킷	일상복으로 수트 착 용	셔츠, 슬랙스, 원피 스, 재킷	가죽재킷, 가죽치마, 찢어진 청바지, 망사 스타킹 등	여성의 남성복 착용	워크웨어, 다크웨어, 테크웨어 등
헤어 및 액세서리	헤어 염색, 입술을 강조하는 메이크업, 피어싱	염색하지 않은 헤어, 시계	실버컬러의 크기가 작은 액세서리	붉은색 립스틱을 활 용한 메이크업	헤어 염색, 모자, 퍼 어싱, 반지, 목걸이 등	여성의 숏컷트·단 발머리, 남성의 삭 발·장발, 안경 등
특징	블랙이 가지고 있는 무거운, 센 이미지와 연관	이상적인 자기이미 지와 먼경자기이미 지 고려	과도한 장식에 대한 거부감	여성과 남성 모두에 게서 나타남, 신체노 출	착장방법, TPO 등 복식규범에서 탈피	기존의 블랙패션이 미지에서 나타나지 않았던 새로운 양상

[표3-1] 블랙패션마니아의 추구이미지에 따른 착용동기와 표현방식

제 4 장 결 론

본 연구는 블랙패션마니아의 추구이미지를 밝히기 위한 연구로 문헌연구와 면접법을 병행하여 진행되었다. 먼저 선행연구, 패션관련 서적, 잡지, 신문기사, 인터넷 자료 등을 바탕으로 블랙과 블랙패션이미지에 대하여 고찰 한 결과 블랙의 이미지는 블랙의 물리적 특성을 바탕으로 형성 되었다는 것을 알 수 있었다. 블랙의 이미지는 블랙패션이미지에도 영향을 주는데, 여기서 블랙의 부정적인 이미지는 감소하고 블랙의 긍정적인 이미지가 블랙패션이미지에서 주로 나타난다는 것을 확인할 수 있었다. 문헌연구를 통한 사적고찰을 바탕으로 블랙패션의 이미지를 강인한, 개성있는, 검소한, 소박한, 관능적, 섹시한, 권위, 고급스러운, 멋진, 모던한, 세련된, 반항적인, 아방가르드한, 죽음, 전문적, 지식인, 신뢰있는 이미지로 도출하였다. 사적고찰을 토대로 한 블랙패션이미지가 블랙패션마니아들의 블랙패션에서도 나타나는지 알아보고자 면접법을 실시 하였는데, 블랙패션마니아들이 추구하는 이미지에서 죽음의 이미지는 도출되지 않았다. 이는 연구대상을 일상복으로 했기 때문이다. 면접 통해 수집한 자료는 Giorgi의 현상학적 연구방법을 토대로 분석하였는데, 그 결과 블랙패션마니아가 추구하는 이미지는 보호를 위한 강인한 이미지, 카리스마 있는 전문적 이미지, 모던한 세련된 이미지, 바디컨셔스 섹시한 이미지, 탈규범적 아방가르드 이미지, 차별화되는 개성 있는 이미지의 여섯 가지로 도출하였다.

보호를 위한 강인한 이미지를 추구하는 유형은 타인의 무시로부터 자신을 보호하고 반항적인 이미지를 표출하기 위해 블랙패션을 착용하는 특성을 보였다. 이들은 특정 패션스타일로 반항적인 이미지를 표출하기

보다는 블랙이 가지고 있는 무겁고 센 이미지를 통하여 강렬한 이미지를 나타내고자 하는 성향이 강한 유형이었다.

카리스마 있는 전문적 이미지는 자신이 능력 있고 실력이 있는 사람으로 보이려고 블랙패션을 활용하는 유형이었다. 이들은 일상복으로 수트를 착용한다는 특성이 있었으며 이러한 수트의 착용은 이상적인 자기이미지와 면경자기이미지를 크게 고려한 옷 입기라는 것을 알 수 있었다.

모던한 세련된 이미지는 꾸민 듯 안 꾸민 듯 한 깔끔한 이미지를 추구하는 유형으로, SPA브랜드에서 나오는 베이직한 아이템과 과도한 장식에 대한 거부감을 보인다. 이 유형에 해당하는 연구참여자들은 몸에 여유롭게 잘 맞는 핏을 선호하며 소재를 믹스앤매치하여 옷을 입거나, 절개선, 트임, 선장식 등의 디테일에 신경을 써서 의복을 구매하는 특징을 보인다.

바디컨셔스 섹시한 이미지는 섹시하고 관능적인 이미지를 표출하기 위해 블랙패션을 활용하는 유형이었다. 이들은 신체노출, 타이트한 핏, 가죽과 망사 등의 소재로 제작된 패션아이템을 바탕으로 관능적인 이미지를 추구한다. 바디컨셔스 섹시한 이미지는 여성과 남성 모두에게서 나타나는 특성을 보이며 이는 20대와 30대에게 섹시한 이미지는 긍정적으로 인식되고 있는 이미지라는 것을 알 수 있었다.

탈규범적 아방가르드한 이미지는 기존의 복식규범에서 탈피하고자 하는 코드브레이커의 모습을 보이는 유형이다. 탈규범적인 모습은 성 이분법적인 복식관념에서의 탈피, 착장방법의 변형, TPO무시 등 기존의 복식규범을 해체하는 모습으로 나타난다.

마지막으로 차별화되는 개성 있는 이미지는 특정 블랙패션이미지를 추구한다기 보다는 자신의 독특한 개성을 표출하기 위해 블랙패션을 수단으로 활용하는 유형이다. 이들은 타인과 자신을 구별하며 다른 사람의

블랙패션과 차별화되는 자신만의 독특성을 추구한다. 이러한 독특성은 차별성으로 나타나며 기존의 블랙패션이미지에서 나타나지 않았던 새로운 스타일이 등장하게 하며, 이렇게 새로 나타난 스타일은 블랙패션이미지를 확장하는 역할을 한다.

블랙패션마니아들이 블랙을 선택하는 이유는 좀 더 ‘멋있어 보이기 위해서’ 였다. 이들은 패션에 관여도가 높은 집단이므로 자기 스타일에 대한 확고함을 보이며 타인과 다른 차별성을 추구하고 있었다. 특히나 블랙패션마니아들은 대놓고 드러내는 ‘투머치 스타일링’ 보다는 ‘꾸민 듯 안꾸민 듯’ 한 것이 세련되고 멋있는 것이라고 생각한다는 것을 알 수 있었다. 또 블랙패션마니아는 블랙패션아이템을 중심으로 한 브랜드인 요지야마모토, 릭오웬스, 꼼데가르송, 준지 등 패션브랜드 이미지와 자신의 이미지를 유사하게 보고 특정 브랜드를 선호하고 브랜드 충성도가 높은 경향을 보였는데, 이러한 연구결과를 토대로 추후에 블랙패션마니아들을 대상으로 브랜드 이미지를 설정하는데 있어서 추구하는 브랜드 아이덴티티를 어떻게 풀어내야 할지 깊이 고민해 보아야 할 것이며, 브랜드만의 철학과 스토리가 뚜렷해야 할 것이다. 그리고 블랙패션마니아는 SPA브랜드에서 나오는 ‘베이직한 아이템’에 대한 거부반응이 컸으므로 이들을 타겟으로 하여 패션디자인 전략을 세운다면 다음과 같은 내용을 고려해야 할 것이다.

첫째, 여성 블랙패션마니아를 대상으로 하는 경우, 하체 콤플렉스가 있다고 응답한 여성이 대부분이었으므로 다리라인을 보다 슬림하고 곧아 보이도록 하는 소재나 팬츠 패턴 개발이 필요할 것이다.

둘째, 남성의 경우 슬랙스의 ‘깔끔한’ 이미지 때문에 슬랙스를 선호한다고 응답한 연구참여자도 많았는데 베이직한 라인보다는 절개, 실루엣, 라인장식 등 디테일에 집중한 디자인을 할 필요가 있다.

셋째, 블랙패션마니아는 기성복에서 차별화를 둔 ‘something new’를 추구하는 집단이므로 기존 시장에서 접하지 못했던 소재를 개발한다면 보다 경쟁력 있는 패션아이템이 될 수 있을 것이다.

넷째, 블랙패션마니아들은 장식이 너무 많은, 과한, 부담스러운 아이템에 대한 거부반응이 있으므로 슬릿이나 트임, 절개, 라인장식 등 디테일, 단추, 지퍼, 프릴장식 등 부자재 및 소재에 차별화를 두어 이러한 디테일을 통해 블랙패션마니아들의 구매를 유도할 수 있을 것이다.

다섯째, 남성복, 여성복으로 패션아이템을 구별하기 보다는 남녀공용 제품이 더 시장경쟁력 있을 것이라 사료된다.

본 연구는 질적연구를 수행하여 블랙패션마니아의 추구이미지에 대해 살펴보았다. 이는 블랙패션마니아라는 집단에 대한 이해를 도모함과 동시에 블랙패션을 추구하는 이유에 대한 이해를 필요로 하는 블랙패션 상품기획 및 디자인 방향설정에 활용될 수 있는 소비자 정보를 제공할 수 있다는 점에서 의미 있는 연구라고 사료된다. 하지만 연구에 있어 연구자의 판단을 완전히 배제하지 못했음과 연구결과를 일반화 하는데 어려움이 있다는 점은 한계로 꼽을 수 있다. 추후 연구는 연구범위를 확대하여 블랙뿐만 아니라 무채색마니아에 관한 연구로 진행할 수 있을 것이며 연구대상의 연령을 10대에서 50대 이상으로 한다면 연령별로 다양한 응답을 얻을 수 있을 것이라 사료된다. 또 본 연구에서는 지역을 서울로 한정하였으나 수도권 혹은 도시별로 블랙마니아의 특성에 관한 연구를 진행한다면 지역별 특성 및 공통점과 차이점을 살펴 볼 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 고부자. (2001). *우리 생활 100년 · 옷*. 서울: 현암사.
- 고을한. (1982). *응용 색채학*, 서울: 상미사.
- 권영자, 이선화, 선정희. (2009). *스타일리스트를 위한 뷰티 코디네이션*, 서울: 국제.
- 금기숙, 현대패션100년편찬위원회. (2002). *현대 패션 100년 = Fashion 1900-2000*. 서울: 교문사.
- 김민자. (2010). *서양패션 멀티콘텐츠*. 파주 : 교문사.
- 김영인 외. (2009). *패션의 색채언어*, 서울: 교문사.
- 김종범. (2014). *거품과 냄비 : 한국패션의 문화정치학*. 서울: 학민사.
- 김현영, 손경애, 여화선. (2003). *Color Color Color*. 서울: 예경.
- 문은배. (2012). *한국의 전통색*. 파주 : 안그라픽스.
- 문화관광부, 한국복식문화 2000년 조직위원회(2001). *우리 옷 이천년*. 서울: 미술문화.
- 박가영. (2017). *조선시대 궁중 패션*. 서울: 민속원.
- 박영수. (2006). *색채의 상징, 색채의 심리*. 서울: 살림.
- 박은주. (2001). *색채 조형의 기초*, 서울: 미진사.
- 백옥현. (2006). *면접법*. 서울: 교육과학사.
- 서대진, 김봉화. (2011). *(인문사회과학도를 위한) 학위논문 조사연구방법 교과서*. 서울: 일문사.

- 오경화 외(2011), *패션 이미지 업*, 파주: 교문사
- 오병권. (1999). *디자인과 이미지 질서*. 서울: 이화여자대학교 출판부.
- 오승진.(2015). *(미술치료사, 심리상담사, 미술전공자를 위한) 색채심리*. 서울: 동문사.
- 이은영. (2010). *의류학 연구 방법론 = Research methodology in clothing & textiles*. 파주 : 교문사.
- 이재만. (2011). *한국의 전통색 :한국문화와 색의 비밀*. 서울: 일진사.
- 장애란 외(2013), *패션 이미지 메이킹의 실제*, 서울: 예학사
- 조규화. (2004). *패션미학*. 서울: 수학사.
- 조영수. (2017). *색채의 연상 : 언어와 문화가 이끄는 색채의 상징*. 서울: 시루: 가디언.
- 주리아. (2017). *색즉소울 =색채심리 안내서*. 서울: 학지사.
- 하용득. (1996). *韓國의 傳統色과 色彩心理*. 서울: 명지출판사.
- Berger, J. (1995). *어떻게 볼 것인가*. 하태진 옮김. 서울: 현대미학사.
- Creswell, J. W. (2015). *질적 연구방법론 : 다섯 가지 접근*. 조홍식 외 공역. 서울: 학지사.
- Horn & Gurel (1988). *의복 : 제2의 피부*. 마릴린 혼루이스 구렐 공저. 이화연, 민동원, 손미영 옮김 (제3판. ed.). 서울: 까치.
- William Charles Libby & *Color and the Structural Sense*. *색채와 구성적 감각*, 이양자 역. 서울: 미진사, 1992.

2. 국내논문

- 곽혜선, 금기숙. (1998). *흑색의상의 조형성과 상징성에 관한 연구*. 복식,

37, 231-252.

권수희, 신혜영, 이인성. (2015). 알렉산더 왕의 스포티즘 패션에 나타난 블랙패션의 상징성 연구. *한국패션디자인학회지*, 15(3), 149-160.

권혜숙. (2008). 현대 패션에 나타난 무채색과 유채색 코디네이션 특성-파리, 밀란, 뉴욕, 런던 컬렉션 중심으로-. *패션비즈니스*, 12(4), 73-87.

김국희.(2009). 남성의 추구이미지와 패션라이프스타일 유형에 따른 패션 상품 구매행동. 경희대학교 대학원 박사학위논문.

김나윤. (2015). *한국 인디패션의 개념에 관한 연구*. (국내석사학위논문), 서울대학교 대학원, 서울.

김부용, 김혜경. (2016). 19세기 남성복의 댄디즘을 응용한 현대 남성 재킷 디자인 연구 - 댄디즘의 미적 특성과 조형적 특징을 중심으로. *한국패션디자인학회지*, 16(1), 171-188.

김선영. (2007). 현대패션에 나타난 리틀 블랙드레스의 미적특성. *복식*, 57(4), 18-29.

김여원, 최종명. (2010). 블랙컬러 패션소재의 색채감성과 선호도. *감성과학*, 13(2), 337-346.

김영인, 이윤주. (1994). 아르데코 시대를 중심으로 한 복식의 색채 이미지에 관한 연구. *복식*, 22, 119-133.

김은경, 김영인. (2006). 한국인의 백의풍속(白衣風俗)에 내재된 미의식. *복식*, 56(7s), 1-17.

김주희, 채금석. (2016). 동·서양 상복에 표현된 색채상징 연구 - 흰색과 검정색을 중심으로. *한국패션디자인학회지*, 16(4), 1-14.

김희진. (2007). 블랙마케팅에 관한 연구 - 블랙의 패러다임과 현대적 가

- 치를 중심으로. *한국색채디자인학회 학술대회*, 65-69.
- 문정화, 이해원. (2015). 블랙컬러를 이용한 브랜드 이미지 연구. *디지털 디자인학연구*, 15(3), 617-626.
- 문혜정, 김민자. (1998). 서양 복식에 나타는 검정색의 이미지 - 르네상스 시대부터 19세기말까지를 중심으로. *한국의류학회 학술대회논문집*, 1998, 54-55.
- 박문희, 고순영. (2010). 가브리엘 샤넬과 요지 야마모토의 무채색 복식에 나타난 디자인 특성과 패션 이미지 연구. *服飾文化研究*, 18(5), 789-808.
- 박성애. (2013). 소비자의 메타인지가 검은색과 검은색제품에 대한 태도에 미치는 영향에 관한 연구. (국내석사학위논문), 홍익대학교 일반대학원, 서울.
- 박연선, 송선아. (2014). 20대의 선호색 및 색채 이미지 조사 연구. *한국색채학회논문집*, 28(3), 69-80.
- 박혜령. (2000). 선호색상과 의복선호색상의 차이. *한국색채학회논문집*, 14(1), 29-35.
- 배혜진, & 정인희. (2006). 남자대학생의 의복 착용상황별 추구이미지와 패션상품통일체. *한국의류학회지*, 30(7), 1135-1145.
- 서성은. (2014). 퍼스널 패션블로그에 나타난 자기이미지 유형과 스타일. (국내박사학위논문), 서울대학교 대학원, 서울.
- 서승희, 김영인. (2011). 20세기 실존주의가 형성한 블랙의 패션 이미지. *服飾*, 61(1), 84-93.
- 석순화, 금기숙. (2011). 현대 한국 여성의 블랙패션 선호에 관한 연구. *복식*, 62(1), 29-48.

- 송금옥. (2000). *패션색채계획을 위한 검정색의 색채특성*. (국내석사학위 논문), 연세대학교 생활환경대학원, 서울.
- 송명희, 조규화(1997). 현대 패션에서 나타난 블랙의 미의식에 관한 연구 -20세기 후반을 중심으로, *패션비즈니스*, 1(1), 110-126.
- 송명희. (1997). *현대 패션에 나타난 블랙의 미의식에 관한 연구*. (국내석사학위논문), 이화여자대학교 대학원, 서울.
- 안연숙. (2011). *재활용 패션 디자인에 의한 패션 스타일링 연구*. (국내석사학위논문), 이화여자대학교 대학원, 서울.
- 안현주. (2009). 국내 패션에 나타난 고스 스타일 특성. *服飾文化研究*, 17(4), 626-639.
- 양미경. (2003). *하위문화 복식의 스타일 연구*. (국내박사학위논문), 성신여자대학교 대학원, 서울.
- 염원희. (2018). 텔레비전 드라마 〈도깨비〉에 재현된 전통문화의 변용 양상 연구. *인문콘텐츠*(48), 217-240.
- 염인경, & 김미숙. (2004). 자기 이미지에 따른 착용의복이미지, 추구의복 이미지 및 의복구매행동. *복식문화연구*, 12(1), 90-103.
- 원누리. (2012). *빈티지 패션 마니아특성에 관한 연구*. (국내석사학위논문), 서울대학교 대학원, 서울.
- 유명희. (2009). *검정색의 이미지가 제품 선호도에 미치는 영향에 관한 연구*. (국내석사학위논문), 홍익대학교 산업대학원, 서울.
- 윤명. (2000). *신세대 남성 패션 매니아에 관한 연구*. (국내석사학위논문), 가톨릭대학교 대학원, 서울.
- 윤지윤, 김영인. (2005). 무채색에 의해 전달되는 패션디자인의 이미지. *복식*, 55(3), 122-135.

- 이명숙. (1998). 한국인의 색채심리에 관한 연구 - 무채색 중심으로. *조형연구*, 6, 5-22.
- 이순희. (2014). 『삼국유사』에 표기된 초월적 색채 오색(五色)에 관한 연구. *한국색채학회논문집*, 28(2), 5-13.
- 이은주. (1994). 한국 전통 복색에서의 청색과 흑색 - 청색의 범주문제를 중심으로. *한국의류학회지*, 18(1), 121-129.
- 이은혜. (2012). *검정의 소재특성에 따른 감성이미지와 패션스타일*. (국내 석사학위논문), 연세대학교 대학원, 서울.
- 이정미, 조진숙. (2006). 검은색 의상의 이미지 연구. *복식문화연구*, 14(2), 247-259.
- 이채영. (2017). *한국 남성의 몸 의식과 바디컨셔스 패션스타일*. (국내 박사학위논문), 서울대학교 대학원, 서울.
- 장현주. (2006). 고구려의 염색문화 연구. *복식*, 58(3), 42-56.
- 정인희. (1998). *의복 착용 동기와 유행 현상의 상호작용에 관한 질적 연구*. (국내 박사학위논문), 서울대학교 대학원, 서울.
- 정인희, 이은영.(1996). 의복과 자기이미지. *한국의류학회지*, 20(1), 207-217.
- 정인희, 이은영. (1999). 의복 착용 동기와 유행 현상의 상호작용에 관한 질적 연구. *한국의류학회지*, 23(1), 128-139.
- 정인희, 박상진, 권영일(2001). 의복 착용 동기에 따른 의복 효용 감소에 대한 반응. *한국의류학회지*, 25(7), 1332-1340.
- 최재경. (2005). *복식에 표현된 흰색의 이미지*. (국내 석사학위논문), 서울대학교 대학원, 서울.
- 추선형. (2001). *색채와 질감에 의한 패션 소재 이미지*. (국내박사학위논문)

문), 연세대학교 대학원, 서울.

한정아. (2011). 대학생의 색채 선택과 선호 코디네이션 스타일의 관련성.
Design Forum, 30, 221-232.

Bi Shou-Bo, 구인숙. (2013). A Study on the Relationship Between the
Cognition of Appearance Effectiveness, Ideal Appearance Behavior
and Clothing Image Preference for Chinese Females in Their
20-30s. *Fashion business*, 17(5), 165-182.

3. 국외문헌

Harvey, J. R. (1995). *Men in black / John Harvey*. Chicago: Chicago :
University of Chicago Press.

Harvey, J. R. (2013). *The story of black*: Reaktion Books.

Hollander, A. (1993). *Seeing through clothes / Anne Hollander*. Berkeley:
Berkeley : University of California Press.

Pastoureau, M. (2009). *Black: the history of a color*. Princeton
University Press Princeton, NJ.

Steele, V. (2007). *The black dress*. Harper Collins, New York.

4. 국외논문

Frank, M. G., & Gilovich, T. (1988). The dark side of self-and social
perception: black uniforms and aggression in professional sports.

- Journal of personality and social psychology*, 54(1), 74-85.
- Kosowska-Ślusarczyk, M. (2014). The Language of Fashion as a Carrier of Personal Information. *Journal of Education Culture and Society*(2), 169-179.
- Laurell, C. (2017). When Bloggers become Designers: On the Role of Professions in a Fashion System Undergoing Change. *Fashion Practice*, 9(3), 310-328.
- Linhartová, P. Tapal, A. Brabenec, L. Macecek, R. Buchta, J. J. Procházka, J. Vaculík, M. (2013). THE COLOR BLACK AND SITUATIONAL CONTEXT: FACTORS INFLUENCING PERCEPTION OF AN INDIVIDUAL'S AGGRESSIVENESS AND RESPECTABILITY. *Studia Psychologica*, 55(4), 321-333.
- Malkin, J. N. (2017). *Black Color and its Relationship to Death: A Study in Terror Management Theory*, Department of psychology, The University of Arizona, USA.
- Vrij, A. (1997). Wearing Black Clothes: The Impact of Offenders' and Suspects' Clothing on Impression Formation. *Applied Cognitive Psychology*, 11(1), 47-53.
- Won, S. & Westland, S. (2017). Colour meaning and context. *Color Research & Application*, 42(4), 450-459.

5. 자료

산업통상자원부(2016), 2015 한국패션시장 규모조사.

6. 인터넷자료

김순, “패션”, 부산일보, 1991년 9월 20일.

<http://www.bigkinds.or.kr/news/newsDetailView.do?newsId=01500701.20160408185142888>. (2018년 5월 23일 검색)

김윤덕, “검정 남방 · 검정 넥타이 ... 활보하는 ‘불황패션’”, 경향신문, 1997년 5월 1일.

<http://www.bigkinds.or.kr/news/newsDetailView.do?newsId=01100101.19970501000002501>. (2018년 5월 23일 검색)

삼성디자인넷, “Issue Style: Urban Techwear“, 2018년 4월 23일.

<http://www.samsungdesign.net/Fashion/Report/Content.asp?an=40444&keyword=%C5%D7%C5%A9%BF%FE%BE%EE>(2018년 6월 2일 검색)

양성희, “블랙이 블록을 점령한다.”, 문화일보, 2001년 8월 25일.

<http://www.bigkinds.or.kr/news/newsDetailView.do?newsId=01100501.20010825000001501>. (2018년 5월 23일 검색)

유인경, “여름 12시 관능의 블랙패션”, 세계일보, 1996년 7월 29일

[.http://www.bigkinds.or.kr/news/newsDetailView.do?newsId=01100101.19960729000002701](http://www.bigkinds.or.kr/news/newsDetailView.do?newsId=01100101.19960729000002701). (2018년 5월 24일 검색)

패션디자이너 김규식 블로그, “다크웨어란”, QUCHIC,

<http://quchic.com/220808643904>, 2016년 9월 9일. (2018년 6월 2일 검색)

패션전문자료사전, “워크 웨어 룩”, 1997년 8월 25일.

<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=284445&cid=50345&categoryId=50345>. (2018년 6월 3일 검색)

행정안전부 국가기록원, “미니스커트와 장발”

<http://theme.archives.go.kr/next/tabooAutonomy/kindOfTaboo02.do>.

(2018년 6월 9일 검색)

Harriet Walker, “BLACK IS PERFECT, YOU CAN FILL IT WITH ANY EMOTION”, Independent UK, 2011년 12월 19일.

<https://www.independent.co.uk/life-style/fashion/features/black-is-perfect-you-can-fill-it-with-any-emotion-6278910.html>. (2018년 4월 9일 검색)

Suzy Menkes and International Herald Tribune sept, “Fashion’s Poet of Black : YAMAMOTO”, The New York Times, 2000년 09월 05일.

<https://www.nytimes.com/2000/09/05/style/fashions-poet-of-black-yamamoto.html> (2018년 4월 9일 검색)

[부록 1] 서울대학교 생명윤리심의결과 통보서

심의결과 통보서

수신

책임연구자	이름: 이정화	소속: 생활과학대학 의류학과	직위: 석사과정
지원기관	해당없음		

과제정보

승인번호	IRB No. 1803/003-009		
연구과제명	블랙패션 마니아들의 특성에 관한 연구		
연구종류	학위 논문 연구, 면담(FGI 포함)		
심의종류	초기심의		
심의일자	2018-03-26		
심의대상	연구계획서(신규), 연구참여자용 동의서 또는 동의서 면제 사유서, 연구책임자 경력 사항, 연구결과정리양식, 연구참여자 모집 광고, 연구참여자에게 제공되는 서류, 지도교수 서약서 또는 소속기관장확인서, 생명윤리준수서약서		
심의결과	승인		
승인일자	2018-03-26	승인유효기간	2019-03-25
정기보고주기	12개월		
심의의견	<ol style="list-style-type: none"> 1. 심의결과 제출하신 연구계획에 대해 승인합니다. 2. 연구자께서는 승인된 문서를 사용하여 연구를 진행하시기 바라며, 만일 연구진행 과정에서 계획상에 변경사항 (연구자 변경, 연구내용 변경 등)이 발생할 경우 본 위원회에 변경신청을 하여 승인 받은 후 연구를 진행하여 주십시오. 3. 유효기간 내 연구가 끝났을 경우 <u>종료 보고서를 제출하여야 하며</u>, 승인유효기간 이후에도 연구를 계속하고자 할 경우, <u>2019-02-23까지</u> 지속심의를 받도록 하여 주십시오. 		
검토의견	<p>계획서 검토 의견</p> <p>- 반드시 SNUIRB 타공처리된 승인문서 사용하여 연구 수행해 주십시오. - 연구 수행 시 변동위반이 발생하지 않도록 주의해 주시기 바랍니다.</p> <p>동의서 검토 의견</p> <p>기타 검토 의견</p>		

2018년 03월 26일

서울대학교 생명윤리위원회 위원장



[부록 2] 연구 참여자용 설명서 및 동의서

IRB No. 1803/003-009

유효기간: 2019년 3월 25일

연구참여자용 설명서 및 동의서

연구 과제명 : 블랙패션 마니아들의 특성에 관한 연구

연구 책임자명 : 이정화 (서울대학교 의류학과 석사과정)

이 연구는 올블랙패션을 일상복으로 주로 착용하여 자신의 이미지를 패션으로 표현하는 성향이 강한 블랙패션 마니아들의 특성에 관한 연구입니다. 귀하는 20-30 세에 해당하는 블랙패션마니아를 대상으로 한 면담참여를 희망하셨기 때문에 이 연구에 참여하도록 권유 받았습니다. 이 연구를 수행하는 서울대학교 소속의 이정화 연구원 (010-5755-4534)이 귀하에게 이 연구에 대해 설명해 줄 것입니다. 이 연구는 자발적으로 참여 의사를 밝히신 분에 한하여 수행 될 것이며, 귀하께서는 참여 의사를 결정하기 전에 본 연구가 왜 수행되는지 그리고 연구의 내용이 무엇과 관련 있는지 이해하는 것이 중요합니다. 다음 내용을 신중히 읽어보신 후 참여 의사를 밝혀 주시길 바라며, 필요하다면 가족이나 친구들과 의논해 보십시오. 만일 어떠한 질문이 있다면 담당 연구원이 자세히 설명해 줄 것입니다.

1. 이 연구는 왜 실시합니까?

이 연구의 목적은 연구참여자가 블랙패션을 추구하게 된 동기와 그러한 동기를 바탕으로 자신의 이미지를 어떻게 패션으로 표현하고 있는지에 관한 연구로, 블랙패션을 착용하게 된 동기에 따른 블랙마니아 유형을 파악하고자 하기 위하여 실시합니다.

2. 얼마나 많은 사람이 참여합니까?

이 연구는 스스로를 블랙패션 마니아라고 여기며 자신이 표현하는 블랙패션에 대하여 설명할 수 있는 대한민국의 20-30 대 남성과 여성을 대상으로 하며, 최소 30 명이 참여할 것입니다.

3. 만일 연구에 참여하면 어떤 과정이 진행될니까?

만일 귀하가 참여의사를 밝혀 주시면 다음과 같은 과정이 진행될 것입니다.

면접은 1 대 1 개인면접으로 진행되며, 소요시간은 약 1 시간에서 1 시간 반 가량 소요될 것입니다. 질문 내용은 블랙패션 착용동기, 응답자의 블랙패션 표현 방식 등과 관련된 것들이며, 질문에 해당하는 내용에 대하여 자신이 생각하는 바를 자유롭게 대답해주시면 됩니다. 질의응답과정에서 녹음이 이루어 질 것이며, 이는 연구자가 면담 내용을 왜곡하지 않음으로써 정확한 연구결과를 하기 위함입니다. 귀하의 일상복(블랙패션) 사진이 있다면 인터뷰 시 제출 바랍니다. 제출한 사진은 개인식별정보(얼굴)를 포함하지 않습니다. 만약 전신사진일 경우 얼굴은



모자이크처리하여 개인식별정보가 노출되지 않게 할 것입니다. 만약 귀하가 사진 제출을 원하지 않는다면 일상복 사진은 수집하지 않습니다.

모든 과정은 연구자와 만나기로 약속하신 장소(회사, 학교, 카페 등)에서 이루어 질 것입니다.

4. 연구 참여 기간은 얼마나 됩니까?

약 1 시간에서 1 시간 30 분 가량 소요될 것입니다.

5. 참여 도중 그만두어도 됩니까?

예, 귀하는 언제든지 어떠한 불이익 없이 참여 도중에 그만 둘 수 있습니다. 만일 귀하가 연구에 참여하는 것을 그만두고 싶다면 담당 연구원이나 연구 책임자에게 즉시 말씀해 주십시오. 면담 중지 의사를 밝힌 경우 면담은 즉시 중단되며 응답시간에 따라 사례금의 일부를 지급합니다. 응답 철회시 이미 수집된 자료 또는 이미 작성된 자료는 연구참여자의 동의 하에 처리합니다. 만약 연구참여자가 연구자로 하여금 이미 수집된 자료 사용을 원하지 않으면 녹취록 및 메모는 즉시 삭제하고 폐기합니다.

6. 부작용이나 위험요소는 있습니까?

개인 경험을 바탕으로 한 면접으로 큰 부작용 및 위험요소는 없을 것으로 예상됩니다. 하지만 연구참여 도중 과거의 안좋은 기억을 자극하는 민감한 질문을 받는다면 귀하는 언제든지 질문에 대한 응답을 거부 할 수 있습니다. 연구 참여 도중 발생할 수 있는 피로감이나 불편감이 있으면 담당 연구원에게 즉시 문의하여 주십시오.

7. 이 연구에 참여시 참여자에게 이득이 있습니까?

귀하가 이 연구에 참여하는데 있어서 직접적인 이득은 없습니다. 그러나 귀하가 제공하는 정보는 블랙패션 마니아의 의복 착용동기와 그 표현특성간의 상호관계를 파악하는데 도움이 될 것입니다.

8. 만일 이 연구에 참여하지 않는다면 불이익이 있습니까?

귀하는 본 연구에 참여하지 않을 자유가 있습니다. 또한, 귀하가 본 연구에 참여하지 않아도 귀하에게는 어떠한 불이익도 없습니다.

9. 연구에서 얻은 모든 개인 정보의 비밀은 보장됩니까?

개인정보관리책임자는 서울대학교의 하지수 교수의 지도를 받는 이정화 (패션디자인연구실, 02-880-9009)입니다. 개인정보 수집항목은 연구참여자의 연락처입니다. 성별과 연령 직업은



인구통계학적 특성에 따른 블랙패션 마니아의 유형을 세분화 하기 위함이며, 연락처는 연구참여자에게 사례금 지급 및 차후 자료분석 시 연구자가 자료해석의 오류를 줄이기 고자 재연락을 취하기 위하여 수집합니다. 저희는 이 연구를 통해 얻은 모든 개인 정보의 비밀 보장을 위해 최선을 다할 것입니다. 이 연구에서 얻어진 개인 정보가 학회지나 학회에 공개 될 때 귀하의 이름과 다른 개인 정보는 사용되지 않을 것입니다. 그러나 만일 법이 요구하면 귀하의 개인정보는 제공될 수도 있습니다. 또한 모니터 요원, 점검 요원, 생명윤리위원회는 연구참여자의 개인 정보에 대한 비밀 보장을 침해하지 않고 관련규정이 정하는 범위 안에서 본 연구의 실시 절차와 자료의 신뢰성을 검증하기 위해 연구 결과를 직접 열람할 수 있습니다. 귀하가 본 동의서에 서명하는 것은, 이러한 사항에 대하여 사전에 알고 있었으며 이를 허용한다는 동의로 간주될 것입니다.

10. 이 연구에 참가하면 댓가가 지급될니까?

귀하의 연구 참여시 교통비등의 실비로 귀하에게 2 만원(20,000 원)이 지급될 것입니다. 만약 면담도중에 연구참여자가 면담중지의사를 밝힌 경우, 응답시간에 따라 사례금의 일부를 지급합니다.

11. 연구에 대한 문의는 어떻게 해야 될니까?

본 연구에 대해 질문이 있거나 연구 중간에 문제가 생길 시 다음 연구 담당자에게 연락하십시오.

이름: 이정화 전화번호: 010-5755-4534

만일 어느 때라도 연구참여자로서 귀하의 권리에 대한 질문이 있다면 다음의 서울대학교 생명윤리위원회에 연락하십시오.

서울대학교 생명윤리위원회 (SNUIRB) 전화번호: 02-880-5153



동 의 서

1. 나는 이 설명서를 읽었으며 담당 연구원과 이에 대하여 의논하였습니다.
2. 나는 위험과 이득에 관하여 들었으며 나의 질문에 만족할 만한 답변을 얻었습니다.
3. 나는 이 연구에 참여하는 것에 대하여 자발적으로 동의합니다.
4. 나는 이 연구에서 얻어진 나에 대한 정보를 현행 법률과 생명윤리심의위원회 규정이 허용하는 범위 내에서 연구자가 수집하고 처리하는데 동의합니다.
5. 나는 담당 연구자나 위임 받은 대리인이 연구를 진행하거나 결과 관리를 하는 경우와 보건 당국, 학교 당국 및 서울대학교 생명윤리심의위원회가 실태 조사를 하는 경우에는 비밀로 유지되는 나의 개인 신상 정보를 직접적으로 열람하는 것에 동의합니다.
6. 나는 언제라도 이 연구의 참여를 철회할 수 있고 이러한 결정이 나에게 어떠한 해도 되지 않을 것이라는 것을 압니다.
7. 나는 본 연구에서 녹음이 진행된다는 것을 알고 있으며, 이에 동의합니다.
8. 나의 서명은 이 동의서의 사본을 받았다는 것을 뜻하며 연구 참여가 끝날 때까지 사본을 보관하겠습니다.

(담당자: 서울대학교 의류학과 패션디자인연구실 석사과정 이정화, 010-5755-4534)

■ 연구참여자(본인)

성명 _____ 서명 _____ 날짜 _____년 _____월 _____일

■ 연구책임자

성명 _____ 서명 _____ 날짜 _____년 _____월 _____일



[부록 3] 연구 참여자 모집 문건

IRB No. 1803/003-009

유효기간: 2019년 3월 25일

연구 참여자 모집 안내

연구 과제명 : 블랙패션 마니아들의 특성에 관한 연구
연구 책임자명 : 이정화(서울대학교 의류학과 석사과정)

<블랙패션 마니아의 예>



출처: 삼성디자인 넷(www.samsungdesign.net)

출처: MGSNI(www.wgjn.com)

연구목적 : 이 연구의 목적은 연구참여자가 블랙패션¹⁾을 추구하게 된 동기와 그러한 동기를 바탕으로 자신의 이미지를 어떻게 패션으로 표현하고 있는지를 고찰하는 것으로, 블랙패션을 추구하게 된 동기에 따른 블랙패션 마니아²⁾ 유형을 파악하기 위하여 실시합니다.

참여자 선정조건 : 본 연구에는 블랙패션을 일상복으로 주로 착용하여 자신의 이미지를 패션으로 표현하는 성향이 강한 블랙패션 마니아들을 연구대상으로 합니다. 대한민국의 20-30대 성인 남녀를 대상으로 하며, 약 30명의 사람이 참여 할 것입니다. 연구참여자의 선정기준은 다음과 같습니다.

1. 일상복으로 블랙패션(의복 면적의 90% 이상 블랙)을 주로 착용하는 자
2. 스스로 블랙패션마니아라고 여기며 블랙패션을 통하여 자신의 이미지를 표현하는 자
3. 블랙패션을 추구하게 된 동기 및 이유에 대하여 설명할 수 있는 자
4. 자신만의 블랙패션 스타일링 방법에 대하여 설명할 수 있는 자

- 1) 블랙패션: 상의와 하의, 원피스, 코트 등을 모두 검정색으로만 한 올 블랙 룩(All Black Look, 삼성디자인넷 패션사전)을 의미한다.
- 2) 블랙패션마니아: 블랙패션에 대한 흥미도가 높고, 블랙패션에 대해 가치관단의 체계를 가지고 있으며 올 블랙 룩을 통하여 자신의 이미지를 표현하는 성향이 강한 사람



IRB No. 1803/003-009

유효기간: 2019년 3월 25일

참여 내용 : 만일 귀하가 참여의사를 밝혀 주시면 다음과 같은 과정이 진행될 것입니다.
귀하는 블랙패션을 추구하게 된 동기와 자신의 이미지를 블랙패션으로 어떻게 표현하고 있는지에 대한 1:1 심층 인터뷰를 받게 될 것입니다. 답변 내용은 녹음되며, 인터뷰 소요시간은 약 1시간에서 1시간 30분입니다. 모든 과정은 귀하의 편의 장소(주택, 회사, 학교, 카페 등)에서 이루어 질 것입니다.

참여 시 사례 : 본 연구의 심층 인터뷰에 참여시 사례금 2만원이 지급됩니다.

참여 방법 : 연구에 참여하길 원하시는 분은 이정화 연구원(010-5755-4534)에게 참여 의사를 밝혀주시면 됩니다.

연구담당자 연락처: 이정화 연구원 (010-5755-4534)



Abstract

Pursuing Self-images of Black Fashion Enthusiasts

Jeong Hwa Lee

Dept. of Textiles, Merchandising and Fashion Design

The Graduate School

Seoul National University

This study sought to understand fashion consumers, especially black fashion enthusiasts. As Black is considered as one of the most important colour in fashion, there has been much research done with regards to this colour. Previous studies on black colour examined correlation between black images and color preference of consumers, and those are conducted by quantitative methods. Those studies were mainly done in the Western Europe and the United States. As most of qualitative research was published in the West, there are not so many qualitative research papers on black fashion consumers are available in South Korea.

Therefore, this study aims to classify black fashion enthusiasts by each type and find their motivation for wearing black fashion as well as how they express their fashion. To achieve objectives of this study, the research questions are as follows. Firstly, this paper will start from classifying the images of black fashion enthusiasts. Secondly, the paper

will investigate each type of black fashion enthusiasts' motivation for wearing black fashion. Lastly, this article will analyse black fashion enthusiasts' styling according to their images.

In order to answer the research questions, this study combined a literature review and in-depth interviews. The literature review was done to consult black and black fashion images in the previous research, black color history, art history, and materials from the internet. The results showed that black images were formed based on the physical characteristics of black colour and these images also affect black fashion images.

There were total 30 respondents (male 15, female 15) for in-depth interviews. They were in their 20s and 30s, consider themselves as black fashion enthusiasts who wear black clothes on a daily basis. The interviews were done individually and those were recorded. The data collected from recordings was analysed based on the Giorgi's phenomenological research method.

As a result, black fashion enthusiasts use black fashion as means for self protection, pursue their self-images to portray charismatic professional image, modern sophisticated image, body-conscious sexy image, avant garde image which is anti-clothing norms and unique image. The characteristics for each type of pursuing self-images are shown below.

First, the type of people who pursue a strong image wear black clothes to protect him/herself from others' denigration. This type expresses their strong images through the heavy and powerful images that the black colour inherently has.

Second, charismatic professional image type. Persons under this type want to be seen as professional and skillful. To pursue their desired image, they wear suits on a daily basis.

Third, modern sophisticated type. This type seeks neat image that seems undecorated, and resistant to excessive decoration. People under this type, they prefer to wear black clothes which fit them comfortably and they care about mix and match materials, cutting lines, and details on their clothes.

Fourth, body-conscious sexy image is a type that uses black fashion to portray sexy and sensual image. People who belong to this type were in favour of wearing black fashion items which reveal their body, have tight fit, are made of leather and uses see-through (mesh) materials.

Fifth, anti-clothing norm avant garde image type, people under this type are seen as code breakers. It appears that they do not follow the existing dress code rules. They tend to be free from the concept of sexual division, change the way they check their seats, and ignore time, place and occasion(TPO).

Sixth, the unique image is a type that uses black fashion as a tool to express one's unique personality rather than pursuing a particular image that derives from black fashion. This type differentiates itself from existing black fashion images by wearing something completely new, which has not worn in the past. As a result, this type contributes to broadening black fashion image.

The reason why black fashion enthusiasts are looking for black fashion was to 'look cooler'. This distinction emerges from sophisticated styling techniques that appear to be undecorated rather than too much decorated styling.

Therefore, if a fashion firm wants to produce a product that is designed for black fashion enthusiasts, it needs to develop in a way that it can differentiate itself from other companies. Therefore, the company is encourage to use unique details and materials.

This study would be considered to provide an information about black fashion consumers in South Korea. This can be used for designing black fashion products and to help a company to set up a design plan that requires information about black fashion enthusiasts' preferences in South Korea.

Due to the fact that the researcher's bias was not completely eliminated in this paper, the study might lack transferability. It would be difficult to generalize the results of this research.

keywords : black fashion enthusiasts, black fashion, pursuing self-image, fashion image, clothing-wearing motives, fashion styling

Student Number : 2016-29139